

المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج



تخصص الفندقة

صناعة الضيافة

١٣١ فند

طبعة ١٤٢٩ هـ

مقدمة

الحمد لله وحده، والصلاة والسلام على من لا نبي بعده، محمد وعلى آله وصحبه، وبعد:

تسعى المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني لتأهيل الكوادر الوطنية المدربة القادرة على شغل الوظائف التقنية والفنية والمهنية المتوفرة في سوق العمل، ويأتي هذا الاهتمام نتيجة للتوجهات السديدة من لدن قادة هذا الوطن التي تصب في مجملها نحو إيجاد وطن متكامل يعتمد ذاتياً على موارده وعلى قوة شبابه المسلح بالعلم والإيمان من أجل الاستمرار قدماً في دفع عجلة التقدم التنموي: لتصل بعون الله تعالى لمصاف الدول المتقدمة صناعياً.

وقد خطت الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج خطوة إيجابية تتفق مع التجارب الدولية المتقدمة في بناء البرامج التدريبية، وفق أساليب علمية حديثة تحاكي متطلبات سوق العمل بكافة تخصصاته لتلبي متطلباته ، وقد تمثلت هذه الخطوة في مشروع إعداد المعايير المهنية الوطنية الذي يمثل الركيزة الأساسية في بناء البرامج التدريبية، إذ تعتمد المعايير في بنائها على تشكيل لجان تخصصية تمثل سوق العمل والمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني بحيث تتوافق الرؤية العلمية مع الواقع العملي الذي تفرضه متطلبات سوق العمل، لتخرج هذه اللجان في النهاية بنظرة متكاملة لبرنامج تدريبي أكثر التصاقاً بسوق العمل، وأكثر واقعية في تحقيق متطلباته الأساسية.

وتتناول هذه الحقيبة التدريبية " **صناعة الضيافة** " لمتدربي تخصص " **الفندقة** " في الكليات التقنية موضوعات حيوية تتناول كيفية اكتساب المهارات اللازمة لهذا التخصص.

والإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج وهي تضع بين يديك هذه الحقيبة التدريبية تأمل من الله عز وجل أن تسهم بشكل مباشر في تأصيل المهارات الضرورية اللازمة، بأسلوب مبسط يخلو من التعقيد، وبالاستعانة بالتطبيقات والأشكال التي تدعم عملية اكتساب هذه المهارات.

والله نسأل أن يوفق القائمين على إعدادها والمستفيدين منها لما يحبه ويرضاه؛ إنه سميع مجيب الدعاء.

الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

تمهيد

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على رسوله الكريم والحمد لله رب العالمين.

تعليم صناعة الضيافة في المملكة العربية يعتبر حديث جداً، فهناك الكثير من يجهلون ماهي صناعة الضيافة.

صناعة الضيافة والسياحة وأحدة من أقدم الصناعات في العالم وأكثرها نمواً وتطوراً واعتماد هذه الصناعة على صناعات أخرى لنجاحها يقود إلى أن تعاش اقتصادي في الدول التي تعتمد على هذه الصناعة كأحد أهم مصادر الدخل. وقد اوضحت منظمة السياحة العالمية في عام ٢٠٠م "ان السياحة والسفر كاقتصاد عالمي يؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في زيادة ١١٪ من الناتج المحلي، وتوفير ٥,٥ مليون وظيفة سنوياً حتى عام٢٠١٠". مما يعني أن صناعة الضيافة تعتبر مصدراً هاماً للعمالة سواء مباشرة أو غير مباشرة.

ظهور صناعة الضيافة وتطورها ارتبط عبر التاريخ بالسفر، فانتقال الناس من مكان إلى أخر بغرض التجارة أو الزيارة اوجد الحاجة إلى توفير بعض الخدمات لهم مثل الإقامة ،الطعام ،الشراب والترفيه وهنا ظهرت صناعة الضيافة.

حقيبة صناعة الضيافة عملت بشكل تعطي المتلقي تعريفاً لصناعة الضيافة وتطورها التاريخي، مع التركيز بوحدات الحقيبة على جميع الصناعات التي تندرج تحت صناعة الضيافة، والصناعة التي تربطها بها صلة قوية وهي صناعة السياحة.

صناعة الضيافة

صناعة الضيافة

الجدارة : معرفة صناعة الضيافة وتطورها عبر التاريخ وعناصر صناعة الضيافة

الأهداف :

عندما تكمل هذه الوحدة تكون قادراً على أن :

١- التعرف على التطور التاريخي لصناعة الضيافة.

٢- فهم وادراك عناصر صناعة الضيافة.

٣- التعرف على السياحة واهميتها.

٤- التعرف على التحديات والاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة.

مستوى الأداء المطلوب : أن يصل المتدرب إلى إتقأنهذه الجدارة بنسبة ١٠٠ ٪ .

الوقت المتوقع للتدريب : ١٢ ساعة .

الوسائل المساعدة :

١- استخدام الأسئلة وإجاباتها النموذجية في هذه الوحدة .

متطلبات الجدارة : التفهم لمقومات صناعة الضيافة بالمملكة.

صناعة الضيافة
Hospitality Industry

صناعة الضيافة والسياحة وأحدة من أقدم الصناعات في العالم وأكثرها نمواً وتطوراً واعتماد هذه الصناعة على صناعات أخرى لنجاحها يقود إلى أن تعاش اقتصادي في الدول التي تعتمد على هذه الصناعة كأحد أهم مصادر الدخل. وقد اوضحت منظمة السياحة العالمية في عام ٢٠٠م "ان السياحة **والسفر كاقتصاد عالمي يؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في زيادة ١١٪ من الناتج المحلي، وتوفير ٥,٥ مليون وظيفة سنوياً حتى عام٢٠١٠"**.

مما يعني أن صناعة الضيافة تعتبر مصدراً هاماً للعمالة سواء مباشرة أو غير مباشرة، فبالإضافة إلى العمالة المباشرة التي تعمل في الفنادق والمطاعم والمنتجعات....، هناك العمالة غير المباشرة التي تخدم صناعة الضيافة مثل العمالة في قطاع المقاولات أو المنظمات التي تنتج السلع التي يستهلكها السياح.

وقد أظهرت أحدى الدراسات بالهند أن غرفه وأحدة في فندق توفر ٢,٥ فرصة عمل في الفندق وحوالي ١٨ فرصة عمل غير مباشرة في شكل صناعات مغذية للفنادق كالطعام والشراب والمعدات والأداوات وأجهزة التكييف والمصاعد وغيرها من الصناعات.

ظهور صناعة الضيافة وتطورها ارتبط عبر التاريخ بالسفر، فانتقال الناس من مكان إلى أخر بغرض التجارة أو الزيارة اوجد الحاجة إلى توفير بعض الخدمات لهم مثل الإقامة ،الطعام ،الشراب والترفيه وهنا ظهرت صناعة الضيافة.

لمحة تاريخية عن صناعة الضيافة:

صناعة الضيافة تعتبر من أقدم الصناعات تاريخياً كما أسلفنا، فقد كانت من أعظم مآثر الحضارات القديمة وخاصة في بلاد الشرق القديمة حيث كانت الضيافة بها مجانية فاستقبال الضيوف وإكرامهم هي من شيم العرب ولعل هذا كان السبب في تأخر نشوء الفنادق بسبب الضيافة المجانية.

قد تم تحديد الاتجاهات الاولية لصناعة الضيافة بعد ظهور العملة المالية قبل ستة قرون قبل الميلاد ونشوء الدافع الحقيقي للناس للسفر والتجارة، ثم زادت وانتشرت حركة المسافرين والتنقل لهذا ازدادت حاجتهم للإقامة والطعام والشراب وهنا ظهرت الخانات والتي هي عبارة عن مساكن شخصية كانت الخدمة بها ذاتية وغالباً ما كانت هذه الخانات نظيفة.

ويمكن تقسيم العصور التاريخية التي مرت بها صناعة الضيافة إلى ثلاثة عصور كما اوضحها الدكتور ماهر عبدالعزيز في كتابه، وهي كالتالي:

العصور القديمة:

ازدهرت صناعة الضيافة في حضارة وادي النيل والرافدين وفلسطين لازدهار النشاط التجاري في تلك العصور، فقد كانت قوافل التجارة تأتي إلى هذه المناطق لغرض التجارة والبيع والشراء فكانت هناك حاجة ماسة إلى توفير أماكن الراحة والطعام والشراب لهم ولحيواناتهم.

وكان السبب الآخر لازدهار صناعة الضيافة في هذه الحقبة من الزمن هو الحركة الدينية لزيارة الأماكن المقدسة في فلسطين فظهرت الخانات بالقرب من الأماكن الدينية.

أما عند الإغريق فقد كان الحال مثل العرب الضيافة مجانية لديهم لاعتقادهم بأن كل ضيف هو رسول الآلهة ومصدر سعادة لمن يستضيفه، أما الضيافة العامة أو المدفوعة فقد كانت بالمعابد أو بالقرب منها وقد كانت تجرى بها الاحتفالات والمراسم الدينية ويلجأ إليها بعض المرضى لاعتقادهم بأن البركة سوف تحل عليهم ويشفون من مرضهم.

العصور الوسطى:

العصور الوسطى هي بداية تطور صناعة الضيافة وبالأخص الفنادق، حيث رافقت تلك الفترة عوامل وظروف اقتصادية وتجارية وصناعية عديدة أثرت عليها كثيراً، منها اكتشاف البخار واختراع القاطرة والسيارة والدراجة البخارية الأمر الذي سهل وزاد من وسائل النقل وتطور طرق المواصلات ونقل أعداد كبيرة من المسافرين في وقت وأحد إلى مسافات بعيدة وفي زمن قليل. وهنا تحولت الخانات الصغيرة إلى فنادق كبيرة وانتشارها في المدن وطرق السفر.

العصر الحديث:

في العصر الحديث وكما اوضحنا سابقاً أصبحت صناعة الضيافة وأحدة من أكبر الصناعات وأسرعها نمواً في العالم، ويعود ذلك لعدة أسباب منها:

- التطور الهائل والسريع في وسائل السفر الذي أتاح للناس الانتقال من مكان إلى أخر بكل يسر وسهولة.
- اعتراف الدول والحكومات بأحقية كل مواطن بالحصول على إجازات مدفوعة الأجر وحقهم بالترفيه عن أن فسهم.

- زيادة اوقات الفراغ لدى الناس والتي يقضونها خارج منازلهم.
- قيام الدول بعمل المشاريع السياحية والترفيهية لمواطنيها.
- اعتماد كثير من دول العالم على السياحة كمصدر دخل رئيس لها.
- تأسيس شبكة المواصلات من طرق وسكك حديد داخل الدول وفيما بينها مما سهل من عملية أن تقال الناس.
- التطور في مستوى المعيشة لدى معظم الشعوب اوجد لديهم القدرة والرغبة في السفر وتجربة حياة الترف.
- ظهور وكالات السفر والسياحة لتكون الوسيط بين المنتج والمستهلك السياحي لتسهيل عملية الاتصال والتسويق والنقل والمتابعة
- اعتماد أن عدد الفنادق والمطاعم وأماكن الترفيه في الدول معيار على تطورها.

تعريف صناعة الضيافة Definition Of Hospitality

لقد أجمعت معظم التعاريف أن صناعة الضيافة عبارة عن مظلة تندرج تحتها أربعة قطاعات: السفر، الإقامة، المطاعم و خدمة الأغذية والترفيه والمعرض والمؤتمرات.

السفر Travel: الناس يسافرون لأسباب عديدة منها التجارة، الزيارة، حضور مؤتمرات، العلاج. ومن منطلق مفهوم الضيافة هناك أن اس يستقبلون المسافرين ويقدمون لهم الخدمات والذين يمثلون مجتمعاتهم لإعطاء أن طباع جيد وتوفير الراحة والعناية للمسافرين، ومن ناحية أخرى فوسائل المواصلات مثل الطائرات، البواخر، القطارات والسيارات أصبحت تعتمد في صناعتها بجانب السلامة إلى توفير الخدمات الراقية التي تلبي رغبات المسافرين والتنافس في تقديمها من حيث التعامل الجيد وتقديم الخدمة الجيدة وتوفير الجو المريح للمسافرين.

الإقامة Lodging: هذا القطاع يشمل الفنادق، الموتيلات، الشقق المفروشة والمنتجعات. ويتميز هذا القطاع بالحجم الكبير لرأس المال المستثمر به بالاضافه إلى توفيره فرص عمل كبيرة للمجتمع. من ناحية أخرى يتميز هذا القطاع بالمنافسة القوية لتقديم خدمة جيدة للضيوف والابتكار في الخدمات المقدمة والعمل الدؤوب على تلبية وإشباع رغبات واحتياجات الضيوف.

المطاعم **Restaurants**: قطاع المطاعم يشكل جزء كبير من صناعة الضيافة حيث أنه يمثل أماكن تقديم الأطعمة والمشروبات باختلاف التصنيفات وأماكنها. قديماً كانت المطاعم أو أماكن تقديم الطعام والشرب تخدم المسافرين فقط، ولكن مع تطور الحياة والشعوب والرقي الذي وصلت إليه معظم المجتمعات في العالم أصبح هناك تطور كبير في عدد المطاعم وأنواعها ونوعية الخدمة التي تقدم به. وتميز هذا القطاع أيضا بالمنافسة والتي تعتمد على جودة الطعام وتنوعه، نوع ومستوى الخدمة في المطعم وأيضا التصميم الداخلي والتجهيزات كلاً حسب تصنيفه. وسوف نتحدث بالتفصيل عن هذا القطاع لاحقاً.

خدمة الأغذية **Foodservice**: خدمة الأغذية أو عمليات خدمة الأغذية ليست مقتصرة على المطاعم والفنادق فقط، ولكن ايضاً تشمل خدمة الأغذية في شركات الطيران، القواعد العسكرية، المدارس والجامعات، المستشفيات ودور الرعاية الصحية، بالشركات والمصانع. عمليات خدمة الأغذية هذه تواجه نفس التحديات التي تواجها المطاعم في توفير احتياج وإشباع رغبات الزبائن، فمثلاً جودة الطعام والشراب والخدمة الجيدة التي تقدم في شركات الطيران ربما يكون المفتاح لكسب المسافرين على السفر مرة أخرى على هذه الشركة أو تحقيق دعاية منهم لكسب مسافرين جدد.

الترفيه: **Entertainment**: يقصد بها الأماكن التي يقصدها المسافرين للترفيه عن أن فسهم، مثل الحدائق، ملاهي الأطفال، صالات الألعاب كالبياردو والبولينج، ملاعب الجولف والتنس، المسارح ودور السينما.

خصائص صناعة الضيافة Characteristics of Hospitality

تتميز صناعة الضيافة بمجموعة من الخصائص تميزها عن الصناعات الأخرى، وهي:

١) التأثر الشديد بالأحداث السياسية والاقتصادية، فأي حدث سياسيي في أحدى الدول قد تؤثر على صناعة الضيافة في دول أخرى فمثلاً الحرب في العراق وأفغانستان أثرت على السياحة لبعض الدول.

٢) العمل المستمر طوال العام وطوال اليوم بدون توقف.

٣) تعتمد هذه الصناعة على تقديم الخدمة وإشباع رغبات العملاء والتي تعتبر منتجاً غير ملموس وصعب القياس.

٤) عدم القدرة على تخزين المنتج، فمثلاً فندق به ١٤٠٠ غرفة مما يعني لدينا ١٤٠٠ غرفه جاهزة للبيع وخلال اليوم تم بيع ١٢٠٠ غرفة فقط، مما يعني أن الفندق قد خسر الدخل من الـ ٢٠٠ غرفة المتبقية.

التحديات التي تواجه صناعة الضيافة Hospitality Challenges

في عام ٢٠٠٦ اوضحت ISHC (International Society of Hospitality Consultant) عدد من التحديات والعقبات التي تواجه صناعة الضيافة وهي كالتالي:

١. عدم الاستقرار العالمي:

العمليات الإرهابية والتفجيرات في مختلف دول العالم، والحروب الدائرة لمحاربة الإرهاب كان لها تأثير قوي على صناعة الضيافة والسياحة في العالم اجمع فقد أدى ذلك إلى أن خفاض عدد المسافرين والسياحة وحركة السياحة العالمية لخوف الناس من الوقوع ضحايا لها، وأيضا الإجراءات الصارمة في معظم مطارات العالم أشعرت الناس بعدم الارتياح خلال السفر.

٢. العنصر البشري:

العنصر البشري كان ومازال من أهم اهتمامات والتحديات التي تواجه صناعة الضيافة لاعتماد هذه الصناعة وبشكل مباشر على العنصر البشري في عملياتها وتقديم الخدمات الجيدة، ويظهر العنصر البشري كأحد التحديات التي تواجها هذه الصناعة في النقاط التالية:

- لابد من توفر العنصر البشري المؤهل بالمهارات الخاصة والمطلوبة في صناعة الضيافة بالإضافة إلى المواصفات الجسدية والشكلية، مما يدفع شركات الضيافة إلى استقطابهم والصرف على تدريبهم وتأهيلهم للعمل.
- انخفاض دخل الفرد من العمل في صناعة الضيافة أدى إلى رحيل العديد من الخبرات والكفاءات إلى العمل في قطاعات أخرى.
- الانخفاض في النمو البشري لبعض المجتمعات أدى إلى أن خفاض إعداد الناس الذين هم في سن العمل.
- ارتفاع تكلفة التأمين الطبي للعاملين أفضى إلى ارتفاع تكلفة تعيين عاملين جدد، وبالتالي أصبحت شركات الضيافة دقيقة جداً في عملية الاختيار والتعيين.

٣. ارتفاع تكلفة التشغيل:

هناك قلق في صناعة الضيافة أن مصاريف عمليات التشغيل قد تفوق معدلات الدخل نظراً لارتفاع التكلفة في عدة نواحي منه:

- ارتفاع تكلفة الطاقة: ففي السنوات الأخيرة زادة تكلفة الطاقة بسبب ارتفاع أسعار البترول ومصادر الطاقة الأخرى.
- ارتفاع مصاريف التأمين ببعض الدول بسبب الكوارث الطبيعية والعمليات الإرهابية.
- التغير في بعض المعايير الرئيسة لمعظم الشركات العالمية في صناعة الضيافة (مثل شيراتون، هيلتون وماريوت...) بإضافة خدمات جديدة كنتيجة للمنافسة والرغبة في كسب حصة سوقية أكبر، والذي بالتالي أدى إلى زيادة تكلفة التشغيل.

٤. ارتفاع تكلفة التجديد والبناء:

في الوقت الحاضر ومع ارتفاع تكلفة الطاقة ومواد البناء ونسبة الفائدة في العالم واهتمام الشركات العالمية في صناعة الضيافة بالتجهيزات الداخلية والمفروشات والتي تعتبر مكلفة بحد ذاتها، أصبحت تكلفة عملية بناء فندق جديد أو تجديد فندق أكبر من الدخل المتوقع.

٥. التقنية:

مع التطور التكنولوجي السريع والاستخدامات المتعددة للتكنولوجيا في مجال الأعمال واستخدام الناس للإنترنت في تحقيق احتياجاتهم وأعمالهم، أصبح لزاماً على صناعة الضيافة أن تتعلم الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا في مجال التسويق وتلبية احتياجات العملاء، ومتابعة التطور التكنولوجي فيما يتعلق بعمليات التشغيل في صناعة الضيافة.

متطلبات النجاح في صناعة الضيافة:

لقد اوضح الدكتور عبدالحميد مصطفي في كتابه متطلبات النجاح في صناعة الفنادق بالاعتماد على خبرات الرواد الاوائل في صناعة الضيافة وممارساتهم الإدارية التي حققت نجاحاً باهراً في أعمالهم. فقد اوضح مجموعة من معادلات النجاح لكل رائد من هؤلاء الرواد، وهي كالتالي:

١) كثير من الرواد اهتم بكمال الخدمة والاهتمام بكل صغيرة وكبيرة بالإضافة إلى التنبؤ بحاجات الضيوف وإشباعها ثم تدريب العاملين عليها خاصة في الأيام الاولى للتشغيل لغرسها في أدائهم.

٢) المعادلة الثانية ركزت على ضرورة البدء في اختيار شريحة الضيوف التي يتم خدمتها وبالتالي التفاني في خدمة هؤلاء الضيوف، بالإضافة إلى التطوير والتجديد في الخدمات المقدمة لتحقيق التميز والأفضلية. مع الإيمان بأن التفاني في تقديم الخدمة هو أساس النجاح.

٣) المعادلة الثالثة منفذها هيلتون صاحب سلسلة الفنادق المشهورة، فهو اول من ادخل فكرة سلسلة الفنادق المنتشرة في العالم من خلال سلسلة فنادق هيلتون. وقد اشتهر بقدراته التنظيمية الفائقة، حيث تدار الفنادق بطريقة لامركزية مع الحفاظ لكل فندق بشخصيته وطابعه المميز وبنفس الوقت هناك بعض الوظائف التي تدار بشكل مركزي مثل الحجز والمحاسبة والمشتريات.

٤) المعادلة الرابعة طورها ماريوت صاحب سلسلة فنادق ماريوت والتي اعتمدت بصفه خاصة على التنويع في العمليات والخدمات المقدمة، فلقد بدأ بتقديم الطعام لطائرات أحدى الشركات حتى أصبحت أكبر شركة في هذا المجال. وفي عام ١٩٥٧ تم الدخول في عالم الفندقه كأحد أن شطة شركة ماريوت. وهناك ثلاثة أفكار تحكم العمل داخل الشركة كفلسفة، وهي:

- تقديم الخدمة بطريقة مهذبة وودودة للضيوف.
- تقديم طعام ذو جودة عالية وبسعر معتدل.
- العمل بجد ليال نهار لتحقيق الربح.

٥) المعادلة الخامسة مرتبطة بشركة ماكدونالدز الشهيرة لتقديم الوجبات الخفيفة والتي تغطي مطاعمها جميع مدن العالم.كان نجاح كروك صاحب الشركة ناتج عن مقدرته على وضع نفسه مكان العملاء وبدأ في تطوير مايريدونه ويحتاجونه إلى خدمات ومنتجات من خلال التعرف على اتجاهات السوق واحتياجاته. بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لكل فروعه في العالم أن تستفيد من المهارات والخبرات الإدارية للشركة الأم وإمكانياتها التدريبية. وقد طبق كروك المتطلبات التي يحتاجها العملاء وهي: الجودة، الخدمة، النظافة، والقيمة التي يحصل عليها العميل مقابل شراء منتجات ماكدونالدز.

٦) المعادلة السادسة مرتبطة بالبيتزا ، فقد وجد توم مونيجان أن العميل لايطيق الانتظار أكثر من نصف ساعة للحصول عل طلبه وعلى هذا فقد حاول جاهداً أن يضمن التسليم في ذلك الوقت عرض على عملائه أن البيتزا في نصف ساعة وإذا تأخرت فإن العميل سوف يحصل على تخفيض، واليوم أصبحت معظم شركات البيتزا تعرض البيتزا مجاناً للعميل إذا تأخر التسليم عن نصف ساعة. نلاحظ أن توم خطى بشركاته خطوات قوية من خلال جرأته وقدرته على اتخاذ القرارات الصعبة. ومن الملاحظ ايضاً اهتمامه بتحفيز المديرين والعاملين بإعطائهم مبالغ كبيرة لتحفيزهم والوصول بفروعه إلى ١٠٠٠ فرع يحقق كل منها مليون دولار سنوياً.

السياحة Tourism

ان السياحة أصبحت مورداً سريعاً للعملات الحرة في كثير من الدول وخاصة الدول النامية التي تعتبر هذه الصناعة خير مورد وعماد لاقتصادها الوطني. اوضحت منظمة السياحة العالمية أن السياحة في القرن الحالي سوف تصبح أضخم صناعة في العالم كما أنها أهم مورد للعملات الصعبة وأنهذه الصناعة توفر العمل لـ ٢٠٠ مليون شخص حول العالم وان ضرائب النشاط السياحي تمد الحكومات بمئات الملاين من الدولارات. وقال فرانسيسكو فرندجيالي سكرتير عام المنظمة أن تقرير النشاط السياحي الدولي الأخيرة يؤكد أن مناطق العالم السياحية شهدت تدفق ٦٥٧ مليون سائح أن فقوا ٤٥٥ مليار دولار وان مناطق الشرق الاوسط وأمريكا اللاتينية وشرق آسيا والباسيفيك قد حققت نمواً ملحوظا في عدد زوارها وان الدراسات المستقبلية تتوقع خلال الألفية الجديدة استمرار تزايد حركة السياحة الدولية وان المانيا هي أكبر قوى سياحية في العالم بعد الولايات المتحدة. وقد توقع فرانسيسكو أن يبلغ عدد السياح الذين يجولون العالم بحلول عام ٢٠٢٠ نحو ١،٥٦ مليار ساح سنوياً ويبلغ عدد السياح المتوجهين إلى اوروبا سنوياً ٤٠٠ مليون سائح.

كما أكد مجلس وزراء السياحة العرب في اجتماعهم الذي عقد في الأردن وافتتحه العاهل الأردني الملك عبدالله الثاني عام ٢٠٠١م بحضور ١٩ دولة عربية و٤١ وزيراً للسياحة ومشاركة ممثلين عن القطاع الخاص السياحي العربي والمنظمات والاتحادات الدولية على ضرورة تشجيع السياحة العربية البينية وحتمية تعظيم دور صناعة السياحة كنواة لقيام تكتلات سياحية عربية تستطيع أن تجد لها مكان لائقاً في سوق السياحة العالمية.

وتشجيعاً للسياحة كأحد المصادر الجديدة للدخل الوطني وافقت السلطات السعودية على الخطوط العريضة لتيسير منح تأشيرات دخول سياحية وخاصة للأجانب. السياحة الأجنبية سوف تقتصر على المجموعات التي يتولى منظمو الرحلات السعوديين مرافقتها للمزارات مع التأكد من مغادرتهم للملكة

فور أن تهاء الرحلة وكانت المملكة العربية السعودية قد وافقت أخيرا على تنقل الحجاج في أن حاء المملكة بدلاً من قصر حركتهم على مكة والمدينة.

تعريف السياحة:

هنا سوف نورد تعريفاً للسياحة وبعض المصطلحات المستخدمة في صناعة السياحة:

السياحة: هي ممارسة نشاط اجتماعي من خلال الانتقال من مكان إلى آخر لمدة تزيد عن ٢٤ ساعة لأي غرض من الأغراض بخلاف الإقامة أو الهجرة.

السائح: هو زائر مؤقت للبلد لأي غرض غير الإقامة لمدة لاتتجاوز ١٢ شهراً وألا تقل عن ٢٤ ساعة. ومنظمة السياحة العالمية عرفت السائح على أنه كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد عن ٢٤ ساعة على أن لاتتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة.

الطلب السياحي: هو اتجاه السائحين من الدول المصدرة للسائحين نحو الدول المستقبلة للسائحين حسب دوافعهم وأهدافهم المختلفة.

العرض السياحي: وهو إجمالي المرغبات والخدمات التي تقدمها الدولة المستقبلة للسائحين بغرض جذب أكبر عدد من السياح.

النشاط السياحي: وهو مجموع الأعمال والانشطة التي تقدمها الدولة بغرض إشباع حاجات ورغبات السياح.

الإيرادات السياحية: هو إجمالي الإيرادات المباشرة والغير مباشرة التي تعود على الدولة من ممارسة النشاط السياحي.

الانفاق السياحي: هو إجمالي ما تنفقه الدولة بغرض التنشيط السياحي لإشباع احتياجات السياح وجذب أكبر عدد منهم.

فوائد السياحة Tourism's Benefits

١. تعتبر مورد هام للعملات الصعبة وتوفر كثير من فرص العمل وتساعد على رواج السلع والأسواق مما يعود بالنفع على الميزان التجاري للدولة.
٢. تساهم السياحة في رفع المستوى الثقافي للشعوب نتيجة احتكاكهم بالثقافات المختلفة للسياح القادمين من الخارج والانفتاح الايجابي على حضارات الدول الأخرى كما تساعد على ترسيخ مبدأ السلام و التسامح بين الدول المختلفة.

٣. يمكن لكثير من السياح القادمين التزود ثقافياً ومعرفة هموم وقضايا الأمة العربية ومناصرتها عن طريق نقل الصورة الايجابية لهم عن السلوك الحضاري والمتسامح للعرب.

عناصر ومقومات الجذب السياحي Tourism Attractions

تنقسم عناصر الجذب السياحي إلى:

- عناصر جذب طبيعية مثل شواطئ البحار والغابات والسفاري والجبال.
- عناصر جذب تاريخية تشمل الآثار وما تركته الحضارات القديمة.
- عناصر جذب علاجية واستشفائية وتشمل العيون المائية الطبيعية ومنها المعدنية والكبريتية.
- عناصر جذب دينية مثل مكة المكرمة والمدينة المنورة.
- عناصر جذب ثقافية وعرقية مثل السفر للتعرف على طبيعة الشعوب وعاداتها وتقاليدها مثل المجتمعات الهندية والمكسيكية.
- عناصر جذب للأعمال مثل السفر لحضور المعارض الدولية التجارية ومهرجانات التسوق.
- عناصر جذب رياضية مثل السفر لحضور الدورات الرياضية المختلفة.

أنواع السياحة Types of Tourism

يمكن تصنيف السياحة حسب عناصر مختلفة إلى عدة أن واع كالتالي:

١. طبقاً للموقع الجغرافي:

- سياحة داخلية: وهو مايقوم به مواطني الدولة في نطاق دولتهم.
- سياحة أقليمية: السياحة أو السفر إلى الدول المجاورة مثل دول الخليج العربي.
- سياحة دولية: وهو السفر إلى الدول الخارجية الأخرى في القارات الأخرى بوسائل نقل مثل الطائرات.

٢. حسب الطبقة الاجتماعية:

- سياحة الأثرياء.
- سياحة الطبقة المتميزة.
- السياحة العامة.

٣. طبقاً للسن:

- سياحة صغار السن مثل سياحة الشباب.

- سياحة كبار السن.

٤. تبعاً لعدد المسافرين:

- رحلات فردية.
- رحلات جماعية.

٥. تبعاً لوسائل المواصلات المستخدمة:

- السياحة البرية.
- السياحة المائية.
- السياحة الجوية.

٦. طبقاً للهدف من الرحلة:

- السياحة الترفيهية: والتي تمثل النصيب الأكبر من حركة السياحة العالمية.
- السياحة الثقافية: زيارة الأماكن الأثرية والتاريخية والمتاحف من اجل المعرفة بالحضارات الأخرى.
- السياحة الرياضية: السفر للممارسة أو مشاهدة بعض الرياضات أو الألعاب.
- سياحة المؤتمرات: السفر لحضور مؤتمرات دولية واجتماعات.
- سياحة المعارض: السفر لحضور معارض دولية بيعيه مثل معارض التكنولوجيا والأدوات الطبية.
- السياحة العلاجية: السفر للدول ذات الجو الدافئ مثلاً أو السفر إلى العيون لعلاج الأمراض الجلدية والروماتيزم.
- سياحة رجال الأعمال: لحضور الاجتماعات والمعارض وعقد الصفقات.
- السياحة البيئية: السفر لرؤية الطبيعة ورؤية الكائنات البرية المختلفة.
- سياحة التسوق: هناك مهرجانات خاصة للتسوق مثل مهرجان دبي للتسوق.
- سياحة السفاري: السفر لزيارات الغابات والصحاري.
- السياحة التعليمة: السفر لدراسة علم معين كذهاب طلاب الآثار لمدينة أثرية أو ذهاب طلاب سيارات لمصنع سيارات في اليابان.

الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة Hospitality Industry Trends

لقد مرت صناعة الضيافة بالعديد من التغيرات خلال العقود الماضية، مثل الاعتماد على التكنولوجيا والاتصالات الإلكترونية أو من ناحية تطوير الخدمات وتحسين مستواها من خلال توقع مايرغب به العملاء والعمل على تحقيقه لهم. وهنا نورد بعض من الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة خلال السنوات القليلة الماضية:

١) من أحدث الاتجاهات في الفنادق هو عمل المنتجع أو المركز الصحي Spa الذي يشمل عمل المساج، والسونا والجاكوزي وغيرها من الخدمات.

٢) توجه العديد من الشركات إلى عقد اجتماعاتها ومناسباتها بالفنادق.

٣) توقع العملاء للفخامة في أماكن الإقامة فقد أصبحت شاشات التلفزيون البلازما والمستلزمات الفخمة لدورات المياه بالغرفة ليست مقصورة على الفنادق الفخمة فقط.

٤) أصبح الان بمقدور أي شخص امتلاك كمبيوتر محمول ورغبته في الدخول إلى الإنترنت في أي مكان يكون فيه، لذا فقد أصبحت خدمة الاتصال اللاسلكي بالإنترنت مطلب رئيس يجب توفره.

٥) زيادة الاعتماد على الاتصال المباشر بالعملاء خلال الإنترنت عن الاتصال غير المباشر بهم باعتباره أقل تكلفه (ويقصد بالاتصال غير المباشر هو الاعتماد على مايسمى Global Distribution System، أو الاتصال المباشر فهو عمل موقع خاص بالفندق أو شركة الطيران لعمل الحجوزات).

٦) الاتجاه إلى تطبيق الخدمة الذاتية في صناعة الضيافة، فنلاحظ العديد من شركات الطيران ومن خلال الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا أصبح كل عميل قادر على عمل الحجوزات ودفع تكلفة السفر و اختيار المقعد الذي يرغب الجلوس به بالإضافة إلى اختيار الوجبة التي تناسبه، وكل ذلك من دون تدخل من أي من العاملين بشركة الطيران.

مقومات صناعة الضيافة في المملكة العربية السعودية:

مع التطور الهائل التي شهدته وتشهده المملكة خلال العقود الثلاث الماضية،أصبحت المملكة تملك المقومات الرئيسة لصناعة ضيافة مزدهرة. فخلال العقود الماضية أسست المملكة شبكة مواصلات بريه ربطت جميع أنحاء ومدن المملكة واتصالاً بالدول المجاورة ايضاً، بالإضافة إلى وجود أكثر من ٢٥ مطاراً منها أربعة مطارات دولية تستقبل الملايين من المسافرين سنوياً من وإلى المملكة. ومن ناحية أخرى تزخر المملكة بالعديد من الفنادق والمنتجعات السياحة باختلاف درجاتها وتصنيفاتها بالاضافه إلى المطاعم بأنواعها وأماكن الترفيه والحدائق العامة والمتنزهات السياحية والتي جميعها تمثل عناصر صناعة الضيافة.

تمارين الوحدة

السؤال الاول:

اجب بـ (صح) أو (خطأ) على الفقرات التالية كل بما يناسبها.

١) (   ) العصور الوسطى هي بداية اطوار صناعة الضيافة.

٢) (   ) من خصائص صناعة الضيافة هو العمل المستمر طوال العام واليوم بدون توقف.

٣) (   ) العنصر البشري من اهم التحديات التي تواجه صناعة الضيافة.

٤) (   ) تعتبر الشواطئ من عناصر الجذب التاريخية.

٥) (   ) السياحة الداخلية هو السفر إلى الدول الخارجية.

السؤال الثاني:

اجب على الفقرات التالية:

١. في العصر الحديث أصبحت الضيافة وأحدة من أكبر الصناعات وأسرعها نمواً لعدة أسباب. اذكره؟
٢. عرف صناعة الضيافة؟
٣. اذكر خصائص صناعة الضيافة؟
٤. ماهي فوائد السياحة؟
٥. ماهي الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة؟

إجابة تمارين الوحدة

السؤال الاول:

١. (صح) العصور الوسطى هي بداية اطوار صناعة الضيافة.
٢. (صح) من خصائص صناعة الضيافة هو العمل المستمر طوال العام واليوم بدون توقف.
٣. (صح) العنصر البشري من اهم التحديات التي تواجه صناعة الضيافة.
٤. (خطأ) تعتبر الشواطئ من عناصر الجذب التاريخية.
٥. (خطأ) السياحة الداخلية هو السفر إلى الدول الخارجية.

السؤال الثاني:

١. **في العصر الحديث أصبحت الضيافة وأحدة من أكبر الصناعات وأسرعها نمواً لعدة أسباب. اذكره؟**

- التطور الهائل والسريع في وسائل السفر الذي أتاح للناس الانتقال من مكان إلى أخر بكل يسر وسهولة.
- اعتراف الدول والحكومات بأحقية كل مواطن بالحصول على إجازات مدفوعة الأجر وحقهم بالترفيه عن أن فسهم.
- زيادة اوقات الفراغ لدى الناس والتي يقضونها خارج منازلهم.
- قيام الدول بعمل المشاريع السياحية والترفيهية لمواطنيها.
- اعتماد كثير من دول العالم على السياحة كمصدر دخل رئيس لها.
- تأسيس شبكة المواصلات من طرق وسكك حديد داخل الدول وفيما بينها مما سهل من عملية أن تقال الناس.
- التطور في مستوى المعيشة لدى معظم الشعوب اوجد لديهم القدرة والرغبة في السفر وتجربة حياة الترف.
- ظهور وكالات السفر والسياحة وتقديمها عروض سياحية بأسعار مخفضه في متناول الطبقات الوسطى من المجتمعات.
- اعتماد أن عدد الفنادق والمطاعم وأماكن الترفيه في الدول معيار على تطورها.

٢. عرف صناعة الضيافة؟

لقد أجمعت معظم التعاريف أن صناعة الضيافة عبارة عن مظلة تندرج تحتها أربعة قطاعات: السفر، الإقامة، المطاعم و خدمة الأغذية والترفيه.

٣. اذكر خصائص صناعة الضيافة؟

تتميز صناعة الضيافة بمجموعة من الخصائص تميزها عن الصناعات الأخرى، وهي:

٥) التأثر الشديد بالأحداث السياسية والاقتصادية، فأي حدث سياسيي في أحدى الدول قد تؤثر على صناعة الضيافة في دول أخرى فمثلاً الحرب في العراق وأفغانستان أثرت على السياحة لبعض الدول المجاورة لها.

٦) العمل المستمر طوال العام وطوال اليوم بدون توقف.

٧) تعتمد هذه الصناعة على تقديم الخدمة وإشباع رغبات العملاء والتي تعتبر منتجاً غير ملموس وصعب القياس.

٨) عدم القدرة على تخزين المنتج، فمثلاً فندق به ١٤٠٠ غرفة مما يعني لدينا ١٤٠٠ غرفه جاهزة للبيع وخلال اليوم تم بيع ١٢٠٠ غرفة فقط، مما يعني أن الفندق قد خسر الدخل من الـ ٢٠٠ غرفة المتبقية.

٤. ماهي فوائد السياحة؟

١. تعتبر مورد هام للعملات الصعبة وتوفر كثير من فرص العمل وتساعد على رواج السلع والأسواق مما يعود بالنفع على الميزان التجاري للدولة.

٢. تساهم السياحة في رفع المستوى الثقافي للشعوب نتيجة احتكاكهم بالثقافات المختلفة للسياح القادمين من الخارج والانفتاح الايجابي على حضارات الدول الأخرى كما تساعد على ترسيخ مبدأ السلام و التسامح بين الدول المختلفة.

٣. يمكن لكثير من السياح القادمين التزود ثقافياً ومعرفة هموم وقضايا الأمة العربية ومناصرتها عن طريق نقل الصورة الايجابية لهم عن السلوك الحضاري والمتسامح للعرب.

٥. ماهي الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة؟

لقد مرت صناعة الضيافة بالعديد من التغيرات خلال العقود الماضية، مثل الاعتماد على التكنولوجيا والاتصالات الإلكترونية أو من ناحية تطوير الخدمات وتحسين مستواها من خلال توقع مايرغب به العملاء والعمل على تحقيقه لهم. وهنا نورد بعض من الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة خلال السنوات القليلة الماضية:

١) من أحدث الاتجاهات في الفنادق هو عمل المنتجع أو المركز الصحي Spa الذي يشمل عمل المساج، والسونا والجاكوزي وغيرها من الخدمات.

٢) توجه العديد من الشركات إلى عقد اجتماعاتها ومناسباتها بالفنادق.

٣) توقع العملاء للفخامة في أماكن الإقامة فقد أصبحت شاشات التلفزيون البلازما والمستلزمات الفخمة لدورات المياه بالغرفة ليست مقصورة على الفنادق الفخمة فقط.

٤) أصبح ألان بمقدور أي شخص امتلاك كمبيوتر محمول ورغبته في الدخول إلى الإنترنت في أي مكان يكون فيه، لذا فقد أصبحت خدمة الاتصال اللاسلكي بالإنترنت مطلب رئيس يجب توفره.

٥) زيادة الاعتماد على الاتصال المباشر بالعملاء خلال الإنترنت عن الاتصال غير المباشر بهم باعتباره أقل تكلفه (ويقصد بالاتصال غير المباشر هو الاعتماد على مايسمى Global Distribution System، أو الاتصال المباشر فهو عمل موقع خاص بالفندق أو شركة الطيران لعمل الحجوزات).

٦) الاتجاه إلى تطبيق الخدمة الذاتية في صناعة الضيافة، فنلاحظ العديد من شركات الطيران ومن خلال الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا أصبح كل عميل قادر على عمل الحجوزات ودفع تكلفة السفر و اختيار المقعد الذي يرغب الجلوس به بالاضافه إلى اختيار الوجبة التي تناسبه، وكل ذلك من دون تدخل من أي من العاملين بشركة الطيران.

صناعة الضيافة

صناعة الأغذية والمشروبات

الجدارة : معرفة خدمات الأغذية والمشروبات في صناعة الضيافة

الأهداف :

عندما تكمل هذه الوحدة تكون قادراً على أن :

١- تعريف صناعة خدمة الأغذية والمشروبات.

٢- تحدد القطاعات في خدمة الأغذية والمشروبات.

٣- معرفة أنواع المطاعم.

٤- الترعف على أنواع الخدمة في المطاعم.

٥- استيعاب أسباب التسمم الغذائي وكيفية تفاديه.

مستوى الأداء المطلوب : أن يصل المتدرب إلى إتقأنهذه الجدارة بنسبة ١٠٠ ٪

.

الوقت المتوقع للتدريب : ١٢ ساعة .

الوسائل المساعدة :

١- استخدام الأسئلة وإجابتها النموذجية في هذه الوحدة .

٢- زيارة ميدانية للمطاعم.

متطلبات الجدارة : دراسة الوحدة السابقة

خدمات الأغذية والمشروبات في صناعة الضيافة
Foodservice Industry

علاقة الإنسان بخدمة الأغذية تعود إلى مئات السنين قبل الميلاد فالسجلات التاريخية القديمة الصينية اوضحت أن المسافرين كان يقيمون في أماكن مخصصه للراحة وتناول الطعام في طرق السفر، والإغريق كانوا يفضلون تناول الطعام وبعض الشراب عند تجمعهم لمناقشة المواضيع المهمة، وقد أحب الرومان عمل الاحتفالات وإقامة الموائد بها، وفي باكستان وجدت بعض الأدلة التي تشير إلى أن الناس كان يأكلون في أماكن مثل المطاعم عملت بها الأفران من الحجر وذلك قبل آلاف السنين.

من ناحية أخرى فإن اول كتاب عن الطبخ تم كتابته في عهد الإمبراطورية الرومانية كان بعنوان (Cookery and Dining in Imperial Rome) حتى أن بعض وصفات الطعام الموجوده به تعمل حتى اليوم.

وعلى مر السنين تطورت صناعة خدمة الأغذية والمشروبات حتى وصلت إلى ماوصلت إليه في وقتنا الحاضر، فقد اوضحت منظمة الفنادق والمطاعم الدولية (IH&RA) أنه عي عام ٢٠٠٦م حققت صناعة الضيافة دخلاً يفوق ٨٠٠ مليار دولار وكان عدد العاملين بها يفوق ٦٠ مليون موظف.

تعريف صناعة خدمة الأغذية:

كان ابسط تعريف عرفت به هو أن " صناعة خدمة الأغذية تتألف من مجموعة مختلفة من العمليات التي توفر الأغذية والمشروبات للناس خارج منازلهم"

خدمات الأغذية والمشروبات في صناعة الضيافة ليست مقتصرة على المطاعم وأماكن تقديم الأغذية فقط أو عمليات الأغذية والمشروبات في الفنادق والمنتجعات، ولكنها تشمل العديد من القطاعات مثل:

١. **أماكن الأكل والشرب:**

قطاع أماكن الأكل والشرب يتألف من المطاعم باختلاف تصنيفاتها، الكفتريات، أماكن بيع المشروبات الباردة والساخنة، عربات بيع الأطعمة المتجولة..... وغيرها. وهذا القطاع يعتبر بمثابة أكبر قطاع في صناعة خدمة الأغذية والمشروبات حيث أنه يحقق ٧٠٪ من مبيعات صناعة خدمة الأغذية والمشروبات.

٢. عمليات خدمة الأغذية الفندقية.

عمليات الأغذية والمشروبات في الفنادق تعتبر من العمليات المهمة التي تعتمد عليها المنشأة الفندقيه في تحقيق الإيرادات وإشباع رغبات النزلاء. فهي لم تعد مجرد خدمة يجب أن يوفرها الفندق لنزلائه بل أصبحت أداة تسويقية للفندق، لأن المطعم الجيد بالفندق يكسبه سمعه جيده. وهذه العمليات تدار في المطاعم، خدمة الغرف، الكوفي شوب وقاعات الحفلات والحفلات الخارجية وايضاً المؤتمرات التي تعقد في الفنادق.

٣. قطاع المواصلات:

المسافرين يأكلون في: نقاط التوقف بالطرق السريعة، الطائرات، القطارات، السفن، بصالات المطارات ومحطات القطارات. في الفترات الأخيرة أصبحت شركات الطيران تقوم بعمل الوجبات التي تقدم على رحلاتها بنفسها من أجل ضمان جودة الوجبة والطعم لاعتبارها أحد نقاط المنافسة المهمة بين شركات الطيران. من ناحية أخرى اوضحت العديد من الدراسات أن شركات البواخر التي تحمل المسافرين تعطى اهتماماً كبيراً لخدمة الأغذية والمشروبات على متن بواخرها لان الخدمة الجيدة تعتبر أحد النقاط المهمة التي يعتمد عليها المسافرين لاختيار شركة النقل التي يرغبون السفر معها.
خدمة الأغذية في صالات الوصول والمغادرة بالمطارات ومحطات القطارات تقدم من قبل مطاعم تقدم قائمة طعام محدودة الخيارات.

٤. قطاع الأعمال والصناعة:

عدد كبير من الشركات والمصانع تعمل على توفير وجبات غذائية للعملين لديها من خلال تحديد مكان خاص داخل مبنى الشركة أو المصنع يقدم أن واع مختلفة من الأغذية والمشروبات. وذلك بهدف إعطاء الإحساس للعاملين بأهميتهم لدى الشركة ومن ناحية أخرى تقليل مغادرة العاملين لمكان العمل خلال ساعات الغذاء أو العشاء. يتم توفير هذه الخدمة للعاملين من خلال تعاقد الشركة مع أحدى شركات الأطعمة أو ما تسمى بشركات التموين، وفي الفترات الأخيرة اتجهت بعض الشركات والمصانع بتولي عملية خدمة الأغذية للعاملين لديها بنفسها.

٥. سوق الترفيه:

سوق الترفيه أو الاستجمام يشمل خدمة الأغذية في الملاعب والصالات الرياضية، الملعب الرياضي، حلبات السباق، المسارح والسينما، الحدائق وملاهي الأطفال. في أغلب الأحيان خدمة الأغذية والمشروبات في هذه المنشات تدار من قبل شركات الأغذية المتخصصة. وتختلف نوعية خدمة الأغذية هنا من تقديم الوجبات الخفيفة والحلويات إلى خدمة المطاعم الراقية.

٦. المدارس والجامعات:



الجامعات والكليات والمدارس تعمل على توفير خدمة الأغذية والمشروبات لطلابها والعاملين والطلاب الذين يعيشون داخل الحرم الجامعي، ويتم ذلك من خلال تعاقد الجامعة مع أحدى شركات خدمة الأطعمة بتقديم الخدمة بعد تخصيص الجامعة لمكان أو مبنى معد لذلك. وبعض الجامعات تعمل على إدارة خدمة الأغذية بنفسها كنوع من تحقيق زيادة في دخل الجامعة.

٧. مراكز الرعاية الصحية:

خدمة الأغذية في مراكز الرعاية الصحية يشمل خدمة الأغذية في المستشفيات، دور الرعاية للمسنين ومراكز الحمية والرجيم. معظم الخبراء في صناعة خدمة الأغذية يؤمنون أن هناك تطور هائل في خدمة الأغذية في سوق الرعاية الصحية وذلك يعود إلى التغير السريع في الحياة اليومية للمجتمعات، الارتفاع المهول في تكلفة الرعاية الطبية والصحية، أن خفاض دعم معظم الحكومات للمنشات الصحية.
معظم المراكز الصحية تدير عمليات خدمة الأغذية بنفسها، فمثلاً المستشفيات أصبحت تتولى وجبات المرضى بالاضافه إلى الكفتريات المخصصة للزوار أو المخصصة للأطباء بالاضافه إلى مكائن الأطعمة التي تبيع الوجبات الخفيفة.

٨. المنشات العسكرية:

باختصار هي خدمة الأغذية التي تقدم للعسكريين في القواعد والمنشآت العسكرية باختلاف قطاعاتها وأماكنها، وغالباً ما تدار هذه الخدمة تحت إشراف قيادة المنشآت والقواعد العسكرية.

٩. المؤسسات الإصلاحية:

يقصد بها خدمة الأغذية بالسجون ودور الإصلاحيات، وقليل ما يجذب هذا القطاع العاملين للعمل به لأنه لايوفر لهم الخبرة الكافية التي من الممكن أن يستفاد بها في حياتهم العملية. السجون يجب أن تقدم قوائم طعام غير ثابتة أو متكررة ولابد من المرونة لمقابلة الاحتياجات الدينية والطبية للمساجين. تواجه خدمة الأغذية هنا مشكلة وهي التعامل مع مساجين مما يعنى لابد من توفر درجة عاليه من التحكم بهم أثناء تقديم الوجبات. من ناحية أخرى التكلفة هنا تمثل عامل مهم جداً لان إدارة السجون تضع ميزانية محددة وغالباً ما تكون منخفضه لخدمة الأغذية.

مدير خدمة الأغذية بالسجون يجب أن يراعي بعض النقاط الأمنية المهمة في خدمة الأغذية بالسجون، وهي: أن يأكل المساجين في عنابرهم بدلاً من التجمع في مكان وأحد، ممنوع استخدام الملاعق والسكاكين والشوك المعدنية واستخدام البلاستيكية بدلاً منها، عدم تقديم العظم من ضمن الوجبة حيث يمكن أن يستخدم كسلاح قاتل.

المطاعم: Restaurants



تلعب المطاعم دوراً مهماً في المجتمع، فتناول الطعام في المطاعم غدى من متطلبات الحياة الاجتماعية المعاصرة. فالمطاعم تعتبر من أحد الأماكن القليلة التي نعيش فيها بجميع حواسنا من تذوق، نظر، الشم واللمس وايضاً الإحساس بالخدمة والتمتع بجو المطعم. النجاح في صناعة المطاعم ليست من المهام السهلة فهناك عوامل كثيرة تؤثر على النجاح تبدأ من فلسفة إدارة العمليات حتى التحكم بجميع المدخلات والمخرجات. بالإضافة إلى أن النجاح يتطلب الخبرة الكافية والمهارة والقدرة على الابتكار والابداع.

تصنيفات المطاعم Restaurants Classification

هناك تصنيفات كثيرة للمطاعم تعتمد بنيت على معايير مختلفه ومتعددة، ولكن هنا سوف نورد بعض التصنيفات بشكل عام:

١. المطاعم الفاخرة **Luxury Restaurants**



يطلق عليها ايضاً مطاعم الخدمة الكاملة (Full Service Restaurant) هذا النوع من المطاعم يجب أن يقدم تنوع جيد من الوجبات إلى قائمة الطعام الخاصة به تحتوى على مالايقل عن خمسة عشر طبق رئيس. تتميز هذه المطاعم بالخدمة الراقية والديكورات المكلفه جداً وارتفاع أسعار الوجبات بالاضافه إلى أن جميع الطلبات تعد داخل المطعم وعند طلبها.

بدأت هذه المطاعم في الانتشار وبكثرة في المدن ومع زيادة وعي المستهلك وتوقعه للخدمة المطلوبه مقابل المبالغ التي يدفعها أصبحت المنافسة شديدة بين هذا النوع من المطاعم. والملاحظ في هذا النوع من المطاعم أنها مستقلة مما يعني أنها مملوكة لأشخاص وليست تابعه لسلسلة من المطاعم.

٢. المطعم العرقي: Ethnic Restaurant

هذا النوع من المطاعم عمل ليعكس ثقافة شعب معين من خلال أطباق الأطعمة والديكورات الموجود ه به. وغالباً ما تكون هذه المطاعم مستقله ومعظم الأحيان تكون مملوكه لعائلة تحاول منح رواد المطعم الطعم والإحساس بثقافتهم. مثل المطاعم الصينية والهندية والايطالية.

٣. المطعم العائلي Family Restaurants

المطعم العائلي يقدم وجبات الإفطار والغذاء والعشاء بالإضافة إلى وجبات للاطفال. وتتميز هذه المطاعم بنوعية الوجبات التي تقدم والتي تعتبر من الوجبات التقليدية المعروفه للمجتمع الموجود به المطعم. بالإضافة إلى أنها تتميز بالأسعار المعتدلة.

٤. المطعم المتخصص Speciality Restaurants

هومطعم متخصص في أن تاج وجبات متعددة لنوع وأحد من الطعام كالأسماك أو الدواجن أو غيرها من الأطعمة.

٥. مطاعم الأغذية السريعة Fastfood Restaurants



تحت هذا التصنيف تندرج العديد من المطاعم منها: مطاعم الهامبرجر، بيتزا، مطاعم السندوتشات ومطاعم العربات المتجولة. تتميز هذه المطاعم بالعدد المحدود من الوجبات التي تعرض مما يساعد العميل على الاختيار السريع للوجبة التي يرغب في تناولها، والسرعة في التسليم بالإضافة إلى الأسعار المنخفضة للوجبات. وأصبح هذا النوع من المطاعم أكثر شعبية بسبب المواقع الإستراتيجية التي يحتلها ووجودها في كل منطقة. وفي دراسة عملت عام ١٩٩٧ اضهرت أن مطاعم السندوتشات تسيطر على ٤١٪ من سوق المطاعم.

٦. الكوفي شوب Caffee

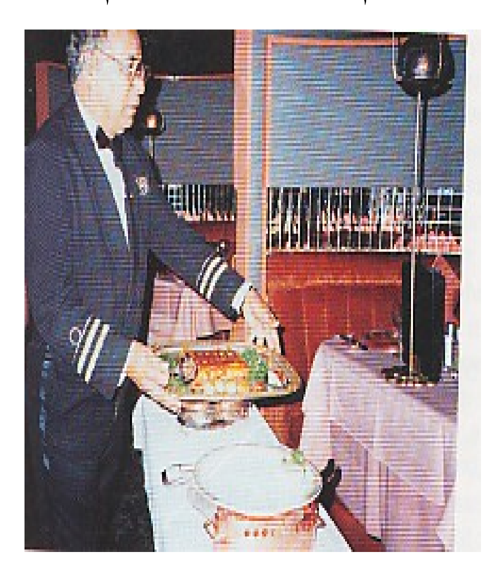
تقدم فيه المشروبات الباردة والساخنة بالإضافة إلى تقديم بعض الوجبات الخفيفة.

طرق الخدمة بالمطاعم Types of Restaurant Service

تتنوع الخدمة التي تقدم في كل من هذه المطاعم للتوافق مع مفهوم المطعم وأهدافه وشرائح الزبائن المتوقع خدمتهم بها. ويمكن سرد أن واع الخدمة في المطاعم كالتالي:

١. الخدمة الفرنسية French Service

والمعروفه عالمياً بخدمة العربه Cart Service وتستخدم في المطاعم الفاخرة، حيث يتم إحضار الطعام على طاولة إلى جانب طاولة العميل مزود بسخانات لإبقائه ساخناً وتتم الخدم من العربه إلى طبق العميل. جوهر ومفهوم هذا النوع من الخدمة يهدف إلى تقديم الخدمة الراقية والمتميزة للزبائن. ويحتاج هذا النوع من الخدمة إلى المضيف الماهر والمحترف الذي يقوم بإعداد الأطباق وتزينها على العربة ثم يقوم بخدمتها. وهذا النوع من الخدمة يحتاج إلى عمل دراسة جدوى اقتصادية له قبل تطبيقه لأنه عالي التكلفة وهذا يرجع إلى الأسباب التالية:



أ) ارتفاع أجور طاقم الخدمة نظراً للمهارة والكفاءة العالية.

ب) ارتفاع تكلفة أدوات الخدمة المستخدمة مثل الزجاجيات والصيني والفضيات لكونها عالية الجودة وفاخرة.

ت) يحتاج تطبيق هذه الخدمة إلى أعداد كبيرة من أفراد طاقم الخدمة لخدمة عدد قليل من الزبائن مما يزيد من تكاليف التشغيل.

ث) يحتاج هذه الخدمة إلى مساحات كبيرة لسهولة سير العربات وتحرك طاقم الخدمة مما يؤثر على سلباً على عدد الطاولات وعدد المقاعد داخل المطعم.

ج) الصعوبة في إيجاد أفراد الخدمة المهرة ذوي الخبرة الذين يقومون بمثل هذا النوع من الخدمة.

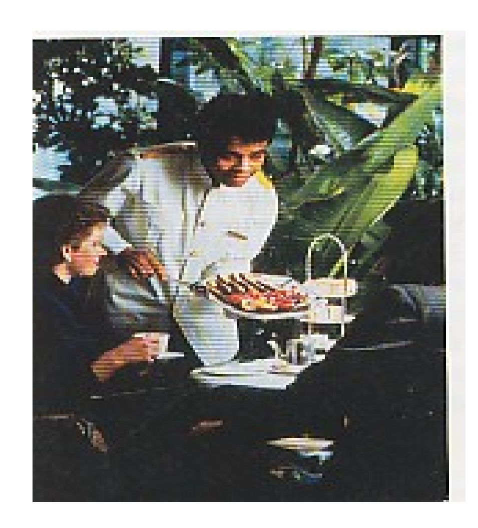
القواعد العمة للخدمة بالطريقة الفرنسية:

- استخدام عربة خدمة (Service Geridon) لوضع الطعام عليها قبل تقديمه إلى الضيف.
- تستخدم الصواني الفضية لوضع المأكولات الجاهزة لتقديمها إلى الضيوف.
- يستعان بسخانات للحفاظ على درجة حرارة الطعام.
- الكابتن يقوم بأخذ الطلبات.
- توضع الأكواب والأطباق النظيفة من على يمين الضيف.
- وضع فناجين القهوة من على يسار الضيف.
- تقدم جميع المأكولات من على يسار العميل.
- ترفع بقايا الطعام من على يمين الضيف.
- لابد من توفر الخبرة المتخصصة على درجة كبيرة.

٢. الخدمة الروسية **Russian Service**

هذا النوع من الخدمة يطبق في كثير من المطاعم الراقية بشركات الفنادق العالمية حيث تعتمد على استخدام صواني الخدمة Service Platter والتي تجهز بوضع المأكولات المطهية والمقطعة بطريقة مرتبة مع تزينها بواسطة الطهاة داخل المطبخ، ثم يقوم افراد الخدمة بأخذها وعرضها على الزبون لأخذ الموافقة ثم يقومون بخدمة المأكولات من الصواني إلى أطباق الزبائن باستخدام ملعقة وشوكة الخدمة. وجودة هذا النوع من الخدمة تماثل إلى حد كبير جودة الخدمة الفرنسية ولكن أكثر شيوعاً لكون أسرع وأكثر عملية، غير أنه يحتاج إلى تكاليف تشغيل مرتفعة نظراً لاحتياجه إلى طاقم خدمة ماهرة وعالي الكفاءة بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف معدات الخدمة الفاخرة المستخدمة فيه.

القواعد العامة لهذه الخدمة:



أ) الخدمة عن طريق الأطباق الفضية.
ب) التقطيع المسبق للمأكولات للضيوف.
ت) يخدم المضيف هذه المأكولات وهو على الجانب الأيسر للعميل.
ث) يوضع في اليد اليسر طبق المأكولات الفضي ويقوم المضيف بالاستعانة بيده اليمنى بنقل المأكولات إلى طبق العميل.
ج) يستعان بشوكة وملعقة مخصصة لذلك.
ح) قبل خدمة الطعام يقوم المضيف باستعراض المأكولات أمام العميل لكي يتيح الفرصة له بالتمتع بحسن عرض وشكل المأكولات التي طلبها.

٣. الخدمة الأمريكية American Service

يعرف هذا النوع بخدمة الأطباق Plate Service وهو شائع في المطاعم الاعتيادية والمطاعم العائلية. ويعتمد مفهوم وجوهر هذا النوع من الخدمة على السرعة والسهولة في خدمة الأغذية والمشروبات بها. حيث يقوم رئيس المظيفين Head Waiter أو المضيف بأخذ الطلبات من الزبائن وإرسالها إلى المطبخ الذي بدوره يعمل على تجهيز الطلبات ووضعها مباشرة على الأطباق بطريقة فنية مع تزينها وفق معايير محددة. ثم يقوم المضيف بأخذ الأطباق وخدمتها مباشرتاً إلى الزبائن بطريقة معينة، حيث يتم وضع الطعام على الطاولة من يسار الزبون وتقديم المشروبات من جهة اليمين مع استمرار عمل المضيف في متابعة الزبائن أثناء تناولهم وجباتهم ويتم إزالة الأطباق من الطاولة من أمام الزبون من جهة اليمين.



القواعد العامة للخدمة الأمريكية:
أ) تقديم المأكولات من على يسار العميل.
ب) تستعمل اليد اليسرى لتقديم المأكولات.
ت) تقديم جميع المشروبات من على يمين النزيل.
ث) تستخدم اليد اليمنى لتقديم المشروبات.
ج) تسحب جميع الأطباق من أمام الضيف من جهة اليمين.

٤. الخدمة الإنجليزية English Service

يعرف هذا النوع بالخدمة العائلية Family Service ويعتمد على استخدام صواني الخدمة التي توضع بها الأطعمة بطريقة مرتبة داخل المطبخ ثم يقوم افراد الخدمة بأخذها من المطبخ وخدمتها بوضعها مباشرة على طاولات الزبائن الذين يقومون بخدمة أن فسهم. وهذا النوع من الخدمة لايحتاج إلى مهارات عاليه من قبل طاقم الخدمة فهو بالتالي أقل تكلفة من الخدمة الفرنسية أو الروسية، كما أن رواد هذه المطاعم يهتمون بجودة الأطعمة أكثر من اهتمامهم بمهارات طاقم الخدمة.

القواعد العامة للخدمة:

أ) يستعان بالصواني الفضية لترتيب المأكولات الجاهزة.

ب) يتم تقطيع هذه المأكولات بواسطة المطبخ وليس العاملين.

ت) يستعان بمائدة الخدمة.

ث) يقوم المضيف بتقديم الأطباق إلى الضيوف.

ج) يستعان بالمطبخ لتجزئة الطعام بحيث يكون جاهزاً للتقديم عن طريق المضيف.

٥. خدمة الكاونتر Counter Service

وهي خدمة الأغذية والمشروبات على طاولة الخدمة أو الكاونتر حيث يقوم المضيف بخدمة الطلبات إلى الزبائن الواقفين أو الجالسين على الكاونتر. وتستخدم هذه الخدمة داخل مطاعم أغذية الخدمة السريعة داخل الفنادق أو على حمامات السباحة والملاعب الرياضية. وتعتمد هذه الخدمة على سرعة المضيف في أخذ الطلبات وإرسالها إلى المطبخ ثم استلامها وتقديمها إلى الزبائن.

وهنا يقوم المضيف بتجهيز المشروبات خلف الكاونتر وخدمتها إلى الزبائن مباشرة. ويعتبر هذا النوع من الخدمة أقل تكلفة لاحتياجه إلى عدد قليل من افراد الخدمة. غير أنه يتطلب العمل السريع لإزالة ورفع أدوات الخدمة والأطباق الفارغة التي يستخدمها الزبائن.

٦. خدمة البوفيه Buffet Service

يطبق هذا النوع من الخدمة في قاعات الحفلات ويعتمد على مفهوم وضع صواني المأكولات على الطاولات بشكل مرتب ومزين حيث يقوم الضيوف بخدمة أن فسهم. وتعتمد المأكولات من حيث النوعية والكمية على ما تم الاتفاق عليه. ويقوم طاقم أن تاج الأغذية بإعداد الأطعمة وتجهيزها وتزينها بشكل جذاب ووضعها على البوفيه بترتيب معين يكون على النحو التالي: صواني المقبلات ثم السلطات ثم

الأطباق الرئيسة مع النشويات ثم بوفيه الحلويات، ويفضل أن توضع الشوربة في قدر خدمة كبير على طاولة خاصة بعيده قليلاً عن الأطعمه الأخرى.



ويكون دور طاقم الخدمة هو الاستعداد التام وترتيب قاعة الحفلات قبل البدء بالاحتفال بوقت كاف، حيث يقوم طاقم المضيفين بترتيب قاعة الاحتفالات ووضع الأطباق على طاولات البوفيه، ووضع الشوك والملاعق والسكاكين وكاسات المياه على طاولات الزبائن وفق معايير الخدمة ونظام الخدمة المتفق عليه. كما يقوم طاقم الخدمة بخدمة تقديم المشروبات للزبائن على الطاولات وببعض الأحيان يقومون بخدمة تقديم المأكولات لكبار السن والأطفال. كما يجب على طاقم الخدمة السرعة في رفع الأطباق فور أن تهاء الزبائن من تناول وجباتهم وترتيب الطاولات لمنع تزاحم الأطباق عليها. بالإضافة إلى متابعة صواني البوفيه برفع الفارغ منها واستبدالها بصواني أخرى مليئة بالأطعمة مع الاهتمام بمتابعة نظافة البوفيه وإزالة بقايا الأطعمة التي تسقط على البوفيه أو على الأرض.

وظائف الخدمة بالمطاعم:

تتنوع وتختلف وظائف الخدمة بالمطاعم وفقاً لتصنيف المطعم ونوع الخدمة المقدمة بها وحجم المطعم. ولكن هنا سوف نورد معظم وظائف الخدمة بالمطاعم بشكل عام، وهي:

- Head Waiter: هو المسئول عن المطعم بأكمله من ناحية الخدمة وصف الخدمة وهو الذي يقوم باستقبال الزبائن والترحيب بهم ومرافقتهم إلى طاولتهم.
- Second Head Waiter: يتول مسؤوليات الـ Head Waiter في حالة أن شغاله.
- Reception Head Waiter: في بعض المطاعم الفاخرة يوجد شخص مسئول عن الرد على التليفونات الخاصة بالحجوزات وتدوينها وفي نفس الوقت يستقبل الزبائن ويرافقهم إلى طاولتهم.
- Head Station Waiter : هو المسئول عن أخذ الطلبات وخدمة الزبائن لعدد محدود من الطاولات.
- Station Waiter : مساعد للـ Head Station Waiter.
- Junior Station Waite: هو الذي يأخذ الطلبات ويخدم الزبائن ويقدم الفاتورة في المطاعم والفنادق الصغيرة.

- Bus Boy: هو مساعد لل Junior Station Waiter في إحضار المأكولات من المطبخ ومده بالفضيات والأطباق النظيفة، وفي بعض الاحيان تكون وظيفته مقتصرة على تنظيف الطاولة بعد أن تهاء الزبائن من وجباتهم.
- Trolley Assistant Waiter: يقوم بخدمة الزبائن من عربة الحلويات أو عربة المقبلات.
- Beverages Waiter: وهو المسؤل عن خدمة المشروبات للضيوف، بالاضافة إلى أن بعض المطاعم يوجد بها كاونتر خاص للمشروبات يقدم خدمة المشروبات.
- Clearing Assistant Waiter: تخصص هذه الوظيفة غالباَ للمبتدئين ويكون عملهم أخذ الفضيات والأطباق المستعملة من المطعم إلى مكان غسلها وإحضار أدوات مائدة نظيفة.
- Carver: وظيفته قطع اللحوم أو الطيور الساخنة من الترولي الخاص بالخدمة أمام الزبائن وهو يرتدي ملابس وقبعة مثل الطهاة، وفي بعض المطاعم التي تقدم القهوة التركية يوجد شخص وظيفته عمل القهوة أمام الزبائن من عربة صغيرة مخصصة لهذا الغرض مع ارتدائه لملابس تركية أو عربية.

قوائم الطعام Menu

عند التحدث عن خدمة الأغذية والمشروبات أو المطاعم فلابد من الإشارة إلى قوائم الطعام حيث يعتبرها الخبراء في خدمة الأغذية من العوامل أو الأسباب الرئيسة في نجاح أو فشل العمل في المطاعم. فقائمة الطعام هي الروح لكل عملية أغذية.

تهدف قائمة الطعام إلى تعريف الزبائن بالأطعمة والمشروبات المقدمة وإثارة حماس المستهلكين وزيادة المبيعات فهي تعرض مجموعات متنوعة من الأطعمة تساعد على بناء وجبة كاملة.

الوجبات وغالباً ما تتألف قوائم الطعام من ثلاثة أقسام:

١- المقبلات (Appetizer): باردة مثل السلطات ،حارة مثل الشربات.
٢- الطبق الرئيس(Main Course): يتكون من المواد الرئيسة مثل اللحوم،طيور، اسماك، الخضار، ارز......إلخ.
٣- الحلويات(Desserts): أطباق حلوة أو فواكه.
٤- المشروبات الحارة (Hot Beverages): مثل الشاي والقهوة.

أنواع قوائم الطعام Types of Menu

١. ثابتة Static Menu: قوائم الطعام الثابتة التي لاتتغير بها الوجبات. ويوجد هذا النوع عادة في مطاعم الخدمة السريعة Fast Food، المطاعم العرقية Ethnic Restaurants، ستيك هاوس Steakhouse.
٢. متغيره cycle Menu: هو قائمة الطعام التي تتغير لفترة ثم تعود من البداية. بعض قوائم الطعام تعد موسمية وفقاً للموسم للاستفادة من المنتجات الموسمية. يستخدم عادة في المدارس والمستشفيات.
٣. السوقية Market Menu: هو المبني على المنتجات المتوفرة بالسوق خلال فترات معينة. هذا النوع تعتبر قصير العمر. وفي الواقع هذه القائمة تتغير يومياً.
٤. مهجنة Hybrid Menu: قوائم طعام مركبة من قوائم ثابتة ومتغيرة أو سوقية.
٥. عمليات خدمة الأغذية food Service operations قد تكون لها قوائم طعام منفصلة، قائمة للإفطار، قائمة للغذاء وقائمة للعشاء. وإذا تم جمعها في قائمة وأحدة تسمى هذه القائمة بـ California Menu .

قائمة الطعام الطريقة الرئيسة للاتصال بين الزبائن وعمليات الأطعمة أو مع الشيف، وطريقة طي القائمة، الغلاف الخارجي، العمل الفني في القائمة، اللون، الورق تعتبر عناصر مهمة يجب أن تراعى وأهمها هو اللغة. قائمة الطعام تسرد الأطعمة المعروضة ، وقد تشمل قائمة الطعام شرح لطريقة الإعداد، المكونات وطريقة التقديم.

تسعير الوجبات بقائمة الطعام Menu Pricing

سعر البيع للوجبات يجب أن يتوافق مع أسعار السوق وأن يكون مربحاً للمطعم. هناك عدد من العوامل التي تؤثر على القرار الخاص بتحديد سعر الوجبات، منها:

١. ماهو سعر الوجبات المماثلة في المطاعم المنافسة.
٢. ماهو تكلفة الوجبة الوأحدة.
٣. حساب تكلفة العاملين بالمطعم.
٤. ماهي التكاليف الأخرى التي يجب تغطيتها.
٥. ماهو الربح المتوقع تحقيقه.

أسباب فشل العديد من المطاعم The Reasons Of Restaurants Failure

تفشل العديد من المطاعم من الاستمرار في الصناعة لعدة أسباب منها:

- افتقار صاحب المطعم أو مدير المطعم إلى المعرفة في كيفية إدارة المشاريع أو الأعمال، فليس هناك المعرفة الكافية بالتسويق، المحاسبة، التمويل، والقانون وإدارة الأفراد مما يؤدي ذلك إلى فشل المشروع.
- الافتقار إلى الخبرة والمعرفة في التعامل مع العوامل الرئيسة لنجاح أي مطعم وهي: اختيار الموقع، تخطيط قائمة الطعام، الشراء، إجراءات أن تاج الأغذية والخدمة المطلوبة التي تلبي توقعات العميل.
- الافتقار إلى رأس المال لتغطية تكاليف التشغيل: بعد بناء المطعم وتجهيزه تبدأ عملية التشغيل حيث يخفق العديد من العاملين الجدد في صناعة المطاعم من تقدير حجم رأس المال المخصص للتشغيل حتى الوصول إلى مايسمى بنقطة كسر التعادل (Break Even Point) والتي عندها يبدأ تحقيق الربح والتي غالباً تستغرق مابين ستة أشهر إلى سنة. فتكلفة التشغيل في المطاعم تكون مرتفعه قليله خصوصاً مع بدأ العمل في المطعم من أجل كسب العملاء وعمل الدعاية اللازمة للمطعمة من قبلهم (Word of Mouth Recommendation) والتي تتطلب خدمة ممتازة وطعام جيد.

التغذية Nutrition

التغذية أو Nutrition هو العلم الذي يدرس المغذيات. فجسم الانسان ينتج بعض المغذيات التي يحتاجه والبعض الأخر لاينتجها ولكن يحصل عليها من خلال الطعام والشراب الذي يتناوله. وجسم الإنسان يحتاج إلى مغذيات مختلفه لأهداف مختلفة، ويتطلب كميات مختلفة منها بناء على العمر والجنس والحالة الصحية.

وكون صناعة خدمة الأغذية والمشروبات مرتبط عملها بالطعام والشراب فكان لابد من الاهتمام بالتغذية السليمة والصحية في الأطعمة التي تنتجها في جميع منشاتها وخصوصاً مع زيادة وعي المستهلكين وزيادة اهتمامهم بنوعية الطعام والشراب الذي تناولونه.

تصنيف المغذيات:

١) الكربوهيدرات:

الكربوهيدرات تتألف من كاربون- هيدروجين- أكسجين. وتوجد في الغالب في الأطعمة المزروعة، الحليب والسكر وغيرها

٢) الدهون:

الدهون مثل الكربوهيدرات تتألف من كربون- هيدروجين- اوكسجين. الفرق بينها وبين الكربوهيدرات في تنظيم وعدد الذرات من الكربون والهيدروجين والأكسجين.

توجد الدهون في اللحوم ومنتجات الحيوانات وتوجد كمية قليلة في الفواكه والخضروات.والدهون تجعل الطعام دسماً ولذيذ الطعم في الفم.

٣) البروتين:

البروتين يوجد في منتجات الحيوانات والأطعمة المزروعة. يختلف البروتين عن الكربوهيدرات والدهون بان البروتين يحتوي على النيتروجين بالإضافة إلى الكربون، الهيدروجين والأكسجين.

البروتين ضروري لعمل المحافظة ومعالجة الانسجة بالجسم، وهو ضروري لدورة استبدال الطبقة الخارجية للجلد والشعر والأظافر التي تعتبر غطاء حامي للجسم والتي تتألف من البروتين. والبروتين يساعد جهاز المناعة بانتاج مواد مقاومة للبكتيريا.

٤) الماء:

٦٠٪ من جسم الانسان يتألف من الماء. الماء ضروري لنقل الغذاء داخل الجسم والتخلص من الفضلات من الجسم. الماء يطري ويزيت المفاصل ويعتبر كوسادة للخلايا بالجسم، يحافظ على درجة حرارة الجسم. المصادر الرئيسة للماء هو المشروبات، وبعض أن واع الخضروات مثل الطماطم والخس بها نسبة عالية من الماء، الخضروات الجافة والحبوب واللوز بها نسبة منخفضة من الماء.

٥) الفيتامينات:

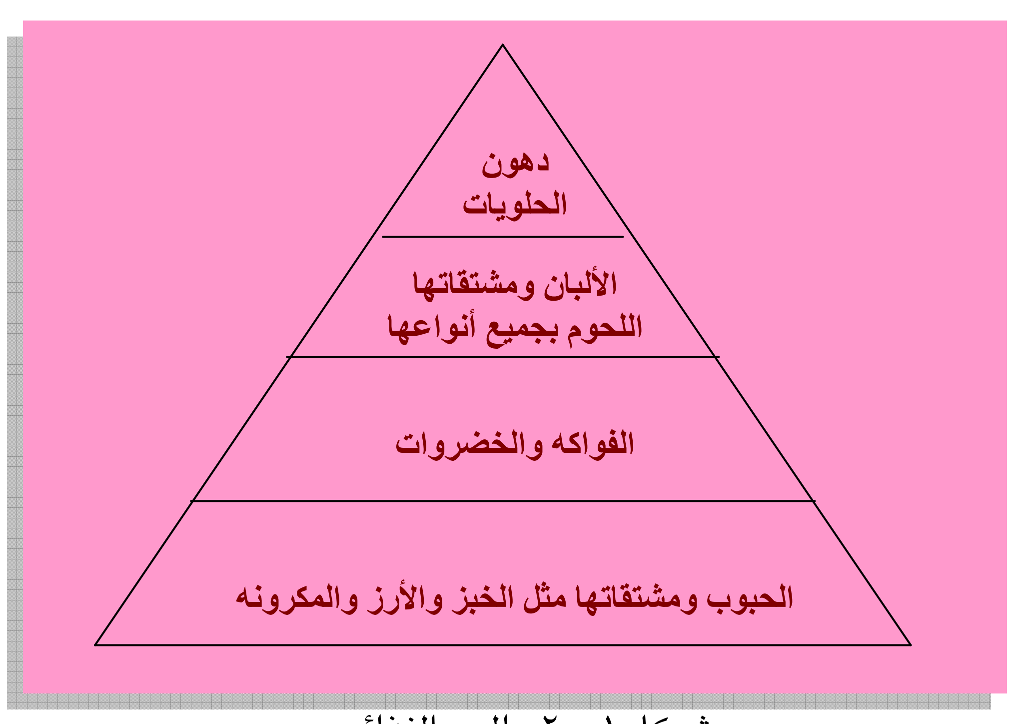
يعتبر من المغذيات الحيوية الأساسية للنمو الطبيعي وأداء وظائف الجسم. هناك ١٣ نوعاً من الفيتامينات لها وظائف أساسية في جسم الانسان. الأطعمة التي تحتوي على فيتامينات تحتاج إلى تكنيك في إعدادها وتخزينها للاستفادة من الفيتامينات بها.

٦) المعادن:

المعادن لاينتجها جسم الانسان ولكن يمكن الحصول عليها من خلال تناول بعض المزروعات التي نمت على بعض المعادن الموجودة بالأرض أو منتجات الحيوانات التي تغذت على هذه المزروعات.

الهرم الغذائي:

الشكل (شكل ١- ٢) المرفق يوضح حجم المغذيات التي يجب تناولها في حياتنا اليومية من أجل الحصول على التغذية السليمة.



شكل ١- ٢ : الهرم الغذائي

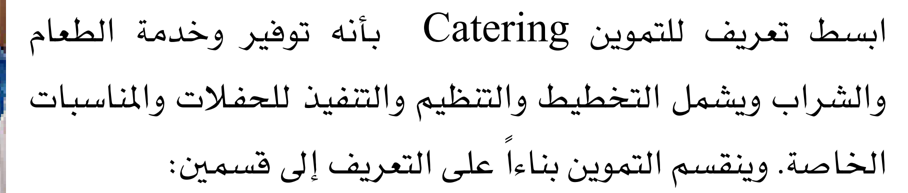
هناك مجموعة من النقاط التي تساعد العاملين في أن تاج الأغذية في صناعة خدمة الأغذية من تقديم وجبات صحية يراعى فيها التغذية الصحية ، وهي كالتالي:

- الشراء الصحيح والتخزين السليم للمحافظة على الغذاء.
- توفير تنوع من الأطعمة من كل صف من صفوف الهرم الغذائي.
- عرض المقبلات من الخضروات والفواكه بدلاً من اللحوم.
- تقدم أطباق قليلة الدهن وقليلة الملح.
- استخدام خطوات طهي تحافظ على الغذاء.

- استخدم بعض إجراءات الطهي التي تعمل على تخفيض الدهون الإضافية مثال: يمكن طهي الطعام في الفرن بدلاً من قليه على قليل من الدهن.
- استخدام المعدات التي لاتحتاج لإضافة دهن عليها. مثل المقالي غير اللاصقة.
- تدريب العملين في الخدمة على الإجابة عن الأسئلة التي يسألها الزبائن فيما يتعلق بالأطباق ومكوناتها.
- استخدام العناصر البديلة للدهون(مثل الدهون النباتية)، السكر(الساكرين)، والملح(استخدام كالوريد البوتاسيوم أو البهارات والليمون).

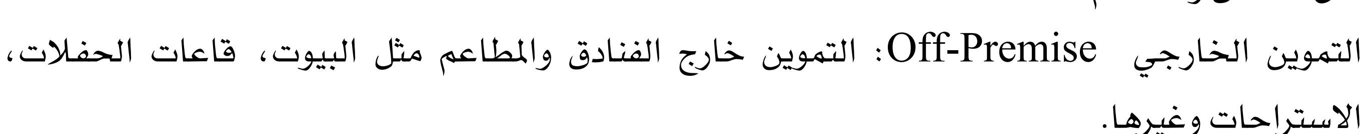
التموين Catering

صناعة التموين تعتبر من أكثر الصناعات نمواً في المملكة فهي لم تعد مقتصرة على الفنادق وشركات التموين التعاقدية فقد غدت معظم المطاعم توفر خدمة التموين، فما هو التموين Catering؟.



ابسط تعريف للتموين Catering بأنه توفير وخدمة الطعام والشراب ويشمل التخطيط والتنظيم والتنفيذ للحفلات والمناسبات الخاصة. وينقسم التموين بناءاً على التعريف إلى قسمين:

التموين الداخلي On-Premise : التموين داخل منشات التموين مثل الفنادق والمطاعم.



التموين الخارجي Off-Premise: التموين خارج الفنادق والمطاعم مثل البيوت، قاعات الحفلات، الاستراحات وغيرها.

التموين الخارجي Off-Premise Catering

التموين الخارجي لايقتصر على توفير وخدمة الطعام فقط بل هو نشاط تجاري قد يشمل التخطيط والتنظيم والتنفيذ للمناسبات الخاصة فهو نشاط يهتم بأدق التفاصيل في العمل والقدرة على الإبداع والابتكار.

في التموين الخارجي غالباً يتم إعداد الطعام وطهيه ثم إيصاله إلى مكان الحفل، بينما البعض الأخر يقوم بالإعداد والطهي في مكان الحفل وهذا يزيد من التكلفة بسب نقل معدات وأدوات الطهي إلى الموقع،

الخدمة تتم بالزى الموحد للعاملين، يتم توفير المعدات والأدوات اللازمة (مثل الطاولات والكراسي، الأطباق والسكاكين والملاعق، أدوات البوفيه، أدوات الطهي إذا كان الطهي في الموقع، أدوات تسخين الأطعمه، كاسات العصير والمشروبات، المفارش للطاولات والبوفيه والعديد من الأدوات والمعدات)، عمل بعض الديكورات في موقع الحفل وذلك حسب الاتفاق مع العميل.وفي بعض الأحيان وبناءاً على رغبت العميل يتم التعاقد مع مغني أو فرقه موسيقية.

يعمد العديد من العاملين في التموين الخارجي على استئجار المعدات والأدوات بدلاً من شرائها التوفير تكلفة الشراء والتخزين لها وتحميل تكلفة الإيجار على العميل.

يعلم العاملين في التموين الخارج أن اهم مفاتيح النجاح لديهم هم المدعوين في المناسبات التي يتولون خدمتها وما سوف يقولونه عنهم.

عوامل النجاح في التموين الخارجي:

- الخبرة في مجال التموين أو صناعة خدمة الأغذية مطلب أساسي.
- معرفة المبادئ الرئيسة والأساسية للمحاسبة والتسويق والتمويل وإدارة الأفراد.
- القدرة على التخطيط والتنظيم والتنفيذ والإشراف والتحكم.
- القدرة على الاتصال والتفاوض الجيد مع العميل.
- القدرة على الإبداع في الطعام، والخدمة ،الديكورات والتخطيط للمناسبة.
- القدرة على تلبية جميع احتياجات العميل ورغباته من أهم عوامل النجاح.
- القدرة الجسدية والنشاط فهذا العمل يتطلب طاقة ونشاط كبيرين.

التخطيط لقائمة الطعام في التموين الخارجي: Planning of Off-Premise Catering Menu

قائمة الطعام أحد المفاتيح الرئيسة للنجاح في صناعة خدمة الأغذية بجميع قطاعاتها، وقائمة الطعام في التموين يتم التخطيط لها بعد مناقشة لعميل والاجابه عن بعض الاسئلة مثل: كم عدد الضيوف؟ هل هناك مطبخ في الموقع؟ من هم الضيوف(نساء، رجال، عائلات)؟ أعمارهم؟ ديانتهم؟ طبقاتهم الاجتماعية؟ نوع الخدمة المطلوبه؟ هل هناك نوع معين من الطعام ترغب بخدمته أو لاترغب بخدمته؟ ماهي المناسبة؟ وغيرها العديد من الاسئلة التي تؤثر على قائمة الطعام.

من ناحية أخرى قائمة الطعام تعتمد اعتماد كبير على نوع الخدمة المطلوبه:

خدمة الطاولة: والتي تعني خدمة الضيوف وهم جالسين على طاولاتهم وهنا لابد من عمل وجبات مناسبة لخدمتها في طبق، والطعام يحتوى على مقبلات، سلطات، طبق رئيس وأحد منها خضروات، الحلا ثم خدمة القهوة أو الشاهي.

خدمة البوفيه: الضيوف هنا يتجهون مباشرتاً إلى البوفيه لخدمة أن فسهم. هذا النوع من الخدمة يعتبر من أكثر أن واع الخدمة شيوعاً في التموين لأنه يقود إلى تقليل عد العاملين في الخدمة وزيادة تنوع الطعام للضيوف.

التسمم الغذائي Food Poisoning

أهم ما يؤرق العاملين والمستثمرين في صناعة الأغذية والمشروبات هو التسمم الغذائي أو ما يقصد به تسمم العملاء جراء تناولهم اطعمة أو مشروبات ملوثة تؤدي إلى تسممهم، هذا التسمم يعرض المنشأة إلى المسالة القانونية والتي تنتهي غالباً بدفع الغرامة المالية الكبيرة أو الغلق المؤقت أو النهائي للمنشاة في حالة وجود وفيات لاقدر الله والاهم من ذلك فقدها لسمعتها في السوق وبين العملاء والتي يكون من الصعب إعادتها كما كانت.

ولمحاربة وقوع أي حالة تسمم غذائي تعمد منشات الأغذية والمشروبات إلى إتباع الإجراءات الصحية والسليمة في استلام وتخزين وتجهيز الأطعمة المطهية والطهي السليم مع اهتمام كبير جداً بنظافة المكان والنظافة الشخصية للعاملين.

تتلوث الأطعمة والمشروبات من خلال ثلاثة ملوثات، هي:

١. ملوثات إحيائية أو عضوية.
٢. ملوثات كيميائية.
٣. ملوثات مادية أو جسدية.

ويظهر التلوث في حالتين فقط هما :

التلوث المباشر: يعني أن بعض المواد المسببة للتلوث مثل البكتيريا تنتقل إلى الطعام بسبب تعرض الطعام إلى البيئة وتركه مكشوفاً.

التلوث المنقول: يعني أن بعض المواد المسببة للتلوث تنتقل إلى الطعام بسبب العاملين أثناء إعداد الطعام أو تجهيزه وتقديمه.

أ) **الملوثات الإحيائية أو العضوية:**

العديد من الكائنات الحية الدقيقة مثل البكتيريا والفيروسات تسبب التلوث الإحيائي للأطعمة مما يسبب الأمراض. ومن خلال فهم حياة هذه الكائنات وتوالدها أو تكاثرها يمكننا فهم كيفية حماية الأطعمة منها.

البكتيريا: البكتيريا كأحد الكائنات الحية الدقيقة وحيد الخلية يعتبر أحد الأسباب الرئيسة للاطعمة حاملة الأمراض.

معظم البكتيريا تتكاثر أو تتوالد من خلال الانشطار أو الانقسام الثنائي. حيث أن العنصر الجيني ينقسم إلى قسمين بالإضافة إلى النواة ثم ينفصلان . كل كائن حي من البكتيريا ينقسم كل ١٥ إلى ٣٠ دقيقة وخلال ١٢ ساعة البكتيريا الوأحدة تتكاثر إلى وتتوالد إلى أن يصبح عددها ٧٢ مليار بكتريا مما يعتبر عدد أكبر من العدد الذي قد سبب الأمراض.

الفيروسات : تعتبر من أصغر أشكال أو صور الحياة. تغزو الفيروسات الخلايا وتجعلها تنتج فيروسات أخرى. الفيروسات لاتحتاج إلى حاضن للبقاء فهي تستطيع البقاء ولكن لاتتكاثر عند وجودها في الأطعمة أو على السطح الخارجي للأطعمة.

الفيروسات على عكس البكتيريا يمكن أن تتواجد في أي طعام. ويمكن التخلص منها عند درجة حرارة أعلى من ١٧٦ درجة.

ومن أن واع لفيروسات فيروس التهاب الكبد الذي يدخل إلى الأطعمة من خلال اصطياد المحار من المياه الملوثة.

الفطريات: هي مجموعة كبيرة تمتد من الكائنات الحية أحادي الخلية إلى الفطر الضخم. الفطريات موجودة في كل مكان في التربه، الهواء، والماء. ومن أشهر الفطريات المعروفه هو العفن والذي يمكن القضاء عليه من خلال التسخين إلى درجة حرارة ١٤٠ لمدة عشر دقائق. ولكن أن تاجهم للـ Toxin

يكون مقاوم للحرارة ولايمكن التخلص منه من خلال طرق الطهي العادية لذلك يجب التخلص من الأطعمة المصابه بالعفن ويجب تعقيم وتنظيف أماكن التخزين.

التخمر: التخمر يتطلب ماء وكربوهيدرات مثل السكر للبقاء. لم يثبت أن ظهور التخمر مضر بالانسان ولكن من الممكن يؤدي إلى تلف الأطعمة، وجود رائحة، اختفاء النكهة وتغير اللون. ويتم القضاء عليها تحت درجة حرارة ١٣٦ درجة أو اعلى.

ب) الملوثات الكيميائية:

تلوث الأطعمة بالمواد الكيميائية حقيقة واقعة وخطرة جداً، فالتلوث الكيميائي دائماً غير متعمد وغير مرئي مما يجعله من الصعب اكتشافه. والطريقة الوحيدة لتفاديه يكون من عائداً على العاملين في خدمة الأغذية والمشروبات في إتباع الإجراءات السليمة في التعامل مع الأطعمة والمواد الكيميائية.التلوث الكيميائي يتكون من :

١- مخلفات أو بقايا المواد الكيميائية في الخضروات والفواكه واللحوم.
٢- المواد الكيميائية في خدمة الأغذية مثل مواد التنظيف والتلميع وقربها من المواد الغذائية.
٣- المعادن السامة مثل تناثر بعض المعادن على الأطعمة مثل الزنك والنحاس.

ج) الملوثات المادية أو الجسدية:

المقصود بها الأجسام الغريبة التي تجد طريقها إلى الأغذية بالخطاء مثل بعض المعادن من عملية فتح المعلبات، قطع من الزجاج من بعض الحاويات الزجاجية، الشعر المتسخ. التلوث الجسدي أو المادي يتكون بشكل غير مقصود بسبب الافتقار إلى المعالجة الصحية وقلة التدريب للعاملين.

بعض الإجراءات الضرورية لمنع تلوث الأطعمة :

١. غسل الأيدي باستمرار إلى أن يصبح الغسيل آلياً (روتيني) وذلك باستعمال صابون مبيد للجراثيم.
٢. الحرص على نظافة الأظافر (للنساء، عدم طليها بلماع).
٣. عدم التدخين بالمطبخ وبصفة خاصة أثناء التعاطي مع الأطعمة أو طبخها وفي أماكن حفظها.
٤. لا يتم لمس الأطعمة أو استخدامها كل من هو مصاب بأمراض تنفسية أو عنده جروح متعفنة أو حروق أو ورم بأجزاء ظاهرة من الجسم مثل الوجه واليد والذراع والعنق وغيره...
٥. مناديل العمل تستعمل لحمل الأطباق والاواني الساخنة فقط ولا يجب أن تتصل بمساحات العمل

والأطعمة ولا تستعمل لمسح أجزاء من الجسم ولا توضع تحت الإبط.

٦. الانتباه لعدم وصول العدوى إلى الطعام بواسطة التنفس من الفم أو الانف.

٧. يجب حماية الأطعمة الجافة من عدوى الحشرات والقوارض والغبار وغيرها من الاوساخ.

٨. طوال مدة الحفظ يجب أن تبقى المواد المجمدة على حالها إلى أن يأتي وقت استعمالها.

٩. المواد الباردة (او المواد اليومية مثل الخضراوات،و الغلال،و الحليب الخ...) يجب أن تحفظ بدرجة ٦ (ستة) مئوية على أقل تقدير طوال فترة حفظها.

١٠. لا توضع المواد المطبوخة بطريقة تنقل لها العدوى من مواد غير مطبوخة.

١١. يحفظ الطعام الذي سيقدم باردا بدرجة حرارة ٦ (ستة) مئوية على الأقل قبل تقديمة.

١٢. إرجاع الأطعمة المجمدة إلى حالتها الطبيعية مع المحافظة على درجات الحرارة الداخلية والخارجية للطعام، ٦ (ستة) مئوية على الأقل طول فترة الذوبان.

١٣. يفضل تذويب الأغذية المجمدة تحت الماء الجاري وعدم تركها على الطاولة لتذوب.

١٤. حفظ الطعام الذي سيقدم ساخنا بعد طبخه بدرجة حرارة أعلى من ٦٠ (ستين) درجة مئوية في الداخل كما في الخارج (نسبة إلى الطعام طبعا).

١٥. تحفظ المواد الغذائية المعرضة للتلف (perishable) بين ٦ (ستة) و ٧ (سبعة) درجات مئوية.

١٦. يجب تحاشي نقل العدوى إلى المواد الباردة والأطعمة المعلبة عن طريق اتصالها بمساحات العمل من أثاث واواني والأيدي بعد التعامل مع مواد طازجة.

١٧. لا يجب وضع اواني أو علب على المواد الغذائية.

١٨. عند تذوق الطعام، أثناء التحضير، يجب استعمال ملعقة نظيفة قبل وبعد التذوق.

١٩. يتم طبخ المواد وتحضيرها مباشرة قبل تقديمها للضيف وليس قبل أيام.

٢٠. يجب أن تكون اوان نقل الأطعمة نظيفة.

٢١. يجب أن تكون اوان وعربات نقل الأطعمة معدَة لحفظ البارد منها أقل من ٦ (ستة) درجة مئوية والساخن أعلى من ٦٠ (ستين) درجة مئوية.

الاتجاهات الحديثة في صناعة خدمة الأغذية :

١. تأثر قوائم الطعام بمرض أن فلونزا الطيور.
٢. زيادة طلب الطعام بالإنترنت.
٣. زيادة المبالغ المخصصة للتكنولوجيا.
٤. زيادة الاعتماد على الخدمة الذاتية في المطاعم.
٥. زيادة التركيز على وجبات الخضروات وأمراض القلب.
٦. الزيادة في الأطعمة العرقية.
٧. التقليل من السعرات الحرارية والدهون في الوجبات.

تمارين الوحدة

السؤال الأول:

اجب بصح أو خطأ على العبارات التالية:

١. (   ) تم عمل المطعن العائلي ليعكس ثقافة شعب معين من خلال أطباق الأطعمة والديكورات به.

٢. (   ) مطاعم الهمبرجر تصنف من المطاعم العرقية.

٣. (   ) تعرف الخدمة الامريكية بخدمة العربة.

٤. (   ) تعتبر الكربوهيدرات من المغذيات.

٥. (   ) من اجل تسعير الوجبات في قوائم الطعام لابد من حساب تكلفة الوجبة الوأحدة.

السؤال الثاني:

اجب على الفقرات التالية:

١. ماهو تعريف صناعة خدمة الأغذية؟

٢. تحدث عن صناعة الضيافة في المؤسسات الإصلاحية؟

٣. عرف مطاعم الخدمة السريعة؟

٤. اشرح الخدمة الروسية؟

٥. ماهي العوامل التي تؤثر على سعر الوجبات؟

٦. ماهي عوامل النجاح في التموين الخارجي؟

٧. ماهي ملوثات الأطعمة والمشروبات؟

إجابة تمارين الوحدة

السؤال الأول:

١. (خطأ) تم عمل المطعم العائلي ليعكس ثقافة شعب معين من خلال أطباق الأطعمة والديكورات به.
٢. (خطأ) مطاعم الهمبرجر تصنف من المطاعم العرقية.
٣. (خطأ) تعرف الخدمة الامريكية بخدمة العربة.
٤. (صح) تعتبر الكربوهيدرات من المغذيات.
٥. (صح) من اجل تسعير الوجبات في قوائم الطعام لابد من حساب تكلفة الوجبة الواحدة.

السؤال الثاني:

١) **ماهو تعريف صناعة خدمة الأغذية؟**

كان ابسط تعريف عرفت به هو أن " صناعة خدمة الأغذية تتألف من مجموعة مختلفة من العمليات التي توفر الأغذية والمشروبات للناس خارج منازلهم"

٢) **تحدث عن صناعة الضيافة في المؤسسات الإصلاحية؟**

المؤسسات الإصلاحية:

يقصد بها خدمة الأغذية بالسجون ودور الاصلاحيات، وقليل ما يجذب هذا القطاع العاملين للعمل به لأنه لايوفر لهم الخبرة الكافية التي من الممكن أن يستفيدوا بها في حياتهم العملية. السجون يجب أن تقدم قوائم طعام غير ثابتة أو متكررة ولابد من المرونة لمقابلة الاحتياجات الدينية والطبية للمساجين. تواجه خدمة الأغذية هنا مشكلة وهي التعامل مع مساجين مما يعنى لابد من توفر درجة عاليه من التحكم بهم أثناء تقديم الوجبات. من ناحية أخرى التكلفة هنا تمثل عامل مهم جداً لأن إدارة السجون تضع ميزانية محددة وغالباً ما تكون منخفضه لخدمة الأغذية.

مدير خدمة الأغذية بالسجون يجب أن يراعي بعض النقاط الأمنية المهمة في خدمة الأغذية بالسجون، وهي: أن يأكل المساجين في زنزاناتهم آمن من التجمع في مكان وأحد، ممنوع استخدام الملاعق

والسكاكين والشوك المعدنية واستخدام البلاستيكية بدلاً منها ، عدم تقديم العظم من ضمن الوجبة حيث يمكن أن يستخدم كسلاح قاتل.

٣) عرف مطاعم الخدمة السريعة؟

مطاعم الخدمة السرية:
تحت هذا التصنيف تندرج العديد من المطاعم منها: مطاع الهامبرجر، بيتزا، مطاعم السندوتشات ومطاعم العربات المتجوله. تتميز هذه المطاعم بالعدد المحدود من الوجبات التي تعرض مما يساعد العميل على الاختيار السريع للوجبة التي يرغب في تناولها، والسرعة في التسليم بالإضافة إلى الأسعار المنخفضة للوجبات. وأصبح هذا النوع من المطاعم أكثر شعبية بسبب المواقع الإستراتيجية التي يحتلها ووجودها في كل منطقة. وفي دراسة عملت عام ١٩٩٧ أظهرت أن مطاعم السندوتشات تسيطر على ٤١٪ من سوق المطاعم.

٤) اشرح الخدمة الروسية؟
هذا النوع من الخدمة يطبق في كثير من المطاعم الراقية بشركات الفنادق العالمية حيث تعتمد على استخدام صواني الخدمة Service Platter والتي تجهز بوضع المأكولات المطهية والمقطعة بطريقة مرتبة مع تزينها بواسطة الطهاة داخل المطبخ، ثم يقوم افراد الخدمة بأخذها وعرضها على الزبون لأخذ الموافقة ثم يقومون بخدمة المأكولات من الصواني إلى أطباق الزبائن باستخدام ملعقة وشوكة الخدمة. وجودة هذا النوع من الخدمة تماثل إلى حد كبير جودة الخدمة الفرنسية ولكن أكثر شيوعاً لكون أسرع وأكثر عملية، غير أنه يحتاج إلى تكاليف تشغيل مرتفعة نظراً لاحتياجه إلى طاقم خدمة ماهرة وعالي الكفاءة بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف معدات الخدمة الفاخرة المستخدمة فيه.

٥) ماهي العوامل التي تؤثر على سعر الوجبات؟

العوامل التي تؤثر على القرار الخاص بتحديد سعر الوجبات، منها:
٦. ماهو سعر الوجبات المماثلة في المطاعم المنافسة.
٧. ماهو تكلفة الوجبة الوأحدة.
٨. حساب تكلفة العاملين بالمطعم.

٩. ماهي التكاليف الأخرى التي يجب تغطيتها.
١٠.ماهو الربح المتوقع تحقيقه.

٦) ماهي عوامل النجاح في التموين الخارجي؟

- الخبرة في مجال التموين أو صناعة خدمة الأغذية مطلب أساسي.
- معرفة المبادئ الرئيسة والأساسية للمحاسبة والتسويق والتمويل وإدارة الأفراد.
- القدرة على التخطيط والتنظيم والتنفيذ والإشراف والتحكم.
- القدرة على الاتصال والتفاوض الجيد مع العميل.
- القدرة على الإبداع في الطعام، والخدمة ، الديكورات والتخطيط للمناسبة.
- القدرة على تلبية جميع احتياجات العميل ورغباته من أهم عوامل النجاح.
- القدرة الجسدية والنشاط فهذا العمل يتطلب طاقة ونشاط كبيرين.

٧) ماهي ملوثات الأطعمة والمشروبات؟

تتلوث الأطعمة والمشروبات من خلال ثلاثة ملوثات، هي:

٤. ملوثات إحيائية أو عضوية.
٥. ملوثات كيميائية.
٦. ملوثات مادية أو جسدية.

صناعة الضيافة

صناعة الفنادق

الجدارة : التعرف على صناعة الفنادق وأنواع الفنادق

الأهداف :

عندما تكمل هذه الوحدة تكون قادراً على أن :

١. تعريف الفندق.
٢. معرفة تصنيفات الفنادق وأسس التصنيف.
٣. معرفة خصائص صناعة الفنادق
٤. إدراك متطلبات العمل في الفنادق.

مستوى الأداء المطلوب : أن يصل المتدرب إلى إتقأنهذه الجدارة بنسبة ١٠٠ ٪ .

الوقت المتوقع للتدريب : ١٢ ساعة .

الوسائل المساعدة :

١. استخدام الأسئلة وإجابتها النموذجية في هذه الوحدة .
٢. زيارة ميدانية للتعرف على الفنادق وأنواعها.

متطلبات الجدارة : دراسة الوحدة السابقة

صناعة الفنادق
Lodging Industry

التغيرات التي حدثت في السفر وزيادة اوقات الفراغ وتقدم وسائل المواصلات عبر التاريخ قد خلقت مجالاً خصباً للإعمال الفندقية. صناعة الفنادق تعتبر ركناً أساسيا وناجحاً من أركان السياحة إذا توفرت فيها الإدارة التي تطبق الأسس الصحيحة للإدارة والتنظيم، فهي تستحوذ على أكبر حصة من مصروفات السائح، فقد أثبتت الدراسات أن السائح ينفق ٩٩، ٣١٪ من ميزانيته على الفنادق.
ان تحليل إحصائيات الفنادق في العالم الثالث أظهرت ازدياد عدد الفنادق الكلية بنسب متفاوتة وذلك نظراً لأهميتها المتنامية لأفراد المجتمع والاقتصاد الوطني التي تكمن في المحاور التالي:

١. خلق فرص عمل كثيرة.
٢. تعليم وتدريب الأفراد في مجالات الفنادق.
٣. تنمية المناطق الجغرافية.
٤. توفير الخدمات للأفراد.
٥. الحصول على الإيرادات والعملة الصعبة.

تتميز صناعة الفنادق عن غيرها من الصناعات باعتمادها على العنصر البشري فهي صناعة خدمات وبالتالي نجاح الفندق في تحقيق الارباح وتوفير الخدمات للجمهور يتوقف على الطاقات البشرية والفنية والإدارية التي تعمل به، ونجاح الفندق كمشروع اقتصادي واجتماعي يتوقف على الإدارة الجيدة في اختيار العاملين ومدى كفأتهم.
يعتبر الفندق في يومنا هذا من أحدى المستلزمات الضرورية للحضارة الحديثة، ولهذا لايمكننا تصور وجود بلد متحضر بدون فنادق. فالفنادق إذا لاتمثل تقدم نظام الضيافة فحسب بل اصبح وجوده ضرورة لايمكن الاستغناء عنها. لايمكننا اليوم أن نتصور قيام بلد متحضر بدون وجود فنادق فيه تسمح بإقامة المسافرين والسياح الذين يتنقلون يوماً بعد يوم في كل أن حاء البلاد لضرورة العمل أو لمجرد الراحة والاستجمام أو لأغراض أخرى. وبالطبع هؤلاء المسافرين يحتاجون إلى إقامة مؤقتة أو بعضهم إلى إقامة طويلة والمكان الوحيد الذي يمكن أن يستقبلهم هو الفندق، إذاً فالفندق يقوم بإشباع حاجات ورغبات ضرورية في الحياة الحديثة.

تعريف الفندق:

توجد عدة تعاريف للفندق منها :

عرف وبستر Webster الفندق بأنه بناية أو بيت كبير يوفر الإقامة والطعام والخدمات الأخرى للمسافرين والآخرين.

عرفت مجلة السياحة العربية في عددها الصادر في كانون اول ١٩٧٢ الفندق السياحي بأنه " عبارة عن نزل ، يعد طبقا لأحكام القانون ليجد فيه النزيل الماوى والمأكل والخدمة، مدة معينة، لقاء أجر معلوم "

انتشار وتوسع صناعة الفنادق:

الفنادق تنتشر وتزداد مع:

١. تزايد أن تقال الأفراد من زمان إلى زمان ومن مكان إلى مكان بفضل تطور وازدياد وسائل المواصلات الحديثة والسريعة في نفس الوقت.
٢. تزايد وانتشار وسائل النقل والطرق السريعة، حيث تتواجد الفنادق على طول هذه الطرق ليجد المسافرين فيها محطة راحة واستجمام خلال تنقله ومثال على ذلك نشأت الموتيلات (فنادق الطرق) على الطرق السريعة.
٣. تعقد الحياة وكثرة مشاكلها وتعقيد العمل أدى إلى الحاجة الضرورية لكل فرد ليتمتع بإجازة سنوية يخلد بها إلى الراحة والاستجمام بعيداً عن مكان إقامته وعمله وبالطبع المكان الوحيد الذي يؤويه في رحلته هو الفندق.
٤. تقليل ساعات العمل وزيادة أجور العمل أدت إلى توفير دخل إضافي ووقت إضافي للأفراد بحيث يستطيعون أن يوفروا جزء من هذا الدخل في السفر والترحال وكذلك الإجازات السنوية المدفوعة الأجر.
٥. ازدياد الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الناس وازدياد الرغبة في زيارة المدن والبلدان الأخرى بعد حلول السلام بالعالم وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية.
٦. ازدياد حركة التجارة والصناعة أدت إلى أن تقال البضائع والسلع من مكان إلى آخر وسعي رجال الأعمال للحصول على صفقات تجارية في زيارة مدن وبلدان أخرى.

العوامل التي تساعد على نجاح الفندق:

هناك عوامل تساعد على نجاح الفندق وزيادة نسب الإشغال وتساعد على تفضيل الجمهور له وتميزه عن الفنادق المنافسة، فنزلاء الفنادق خليط من سياح ورجال أعمال وطلاب وذوي طبقات ومستويات اجتماعية مختلفة وهم يفضلون فندق عن أخر لأنه يشبع رغباتهم ويوفر لهم مختلف الخدمات بحيث يستطيعون الاعتماد كلياً في معيشتهم على إمكانيات الفندق ومن أهم العوامل التي تساعد على تفضيل فندق عن أخر هي:

- السعر Price

كل فندق يضع قائمة بأسعار مايقدمه من خدمات فالفندق من المشاريع الاقتصادية ذات التكاليف الثابتة والعالية والتي لاتتغير بزيادة أو أن خفاض عدد النزلاء. كثير من الضيوف يفضلون فندق عن آخر بسبب أن خفاض الأسعار أو إعطائهم خصم معين قد لايحصلون عليه في الفنادق الأخرى.

- الموقع Location

اختيار موقع الفندق لايرتكز على الموقع المناسب فقط بل لابد من مراعاة طرق المواصلات المرتبطه به وإمكانية الوصول إلى الفندق بسهولة ومدى قربه من الخدمات وأماكن التسوق لمشترياته ووجود ما يتوقعه الضيف. فكثيراً من الضيوف يفضلون الفنادق في وسط المدن لقربها من الأسواق وأماكن الترفيه. لذا فالموقع الجيد للفندق وسهولة الوصول إليه يساعد على زيادة الإشغال به.

- **العنصر البشري The Employees**

العنصر البشري المؤهل والمدرب وصاحب المهارات المطلوبة للعمل الفندقي، يعتبر من العوامل المهمة في نجاح الفندق وذلك لقدرتهم على تنفيذ الخدمات باحتراف وطريقة يفضلها الضيوف.

- التسويق Marketing

ادارة التسويق الفعالة وخطط التسويق الجيدة داعم قوي لنجاح الفندق، بالاضافة إلى أن وسائل الإعلان أصبحت من الوسائل القوية المؤثرة على اختيار الضيف لفندق عوضاً عن فنادق أخرى، ومن وسائل الإعلان التي يستخدمها الفنادق التلفزيون والراديو الصحف والمجلات ولوح الإعلانات على الطرق وتوزيع

النشرات وعمل موقع للفندق على الإنترنت. فالإعلان أصبح الوسيلة الوحيدة واسعة الانتشار لتعريف الناس بالفندق والخدمات التي يقدمها وموقعه وكيفية الاتصال به.

- **الأغذية والمشروبات Food & Beverage**

يفضل كثير من الضيوف الإقامة في فندق معين لأنه يقدم أطعمة ومشروبات أفضل من فنادق أخرى أو لديه مطاعم متخصصة تقدم مختلف أن واع الأطعمة والأطعمة العرقية، وذلك قد ساعد الفنادق على زيادة إيراداتها.

- **الديكور Decor**

تنفق الفنادق مبالغ طائلة على المفروشات والديكورات الداخلية لجميع مرافق الفندق الداخلية والخارجية لما له من تأثير على العميل وحكمهم على الفندق والخدمات التي به والشعور بأنهم يعيشون في مكان فخم.

نجد أن سلسلة فنادق هيلتون الامريكية متميزة بديكوراتها التي تستطيع من خلالها تميز فندق هيلتون عن الفنادق الأخرى وذلك يدفع العديد من الناس لزيارة الفنادق وتناول الطعام بها للاستمتاع بالمكان والفخامة الموجودة به.

- **الخدمات التي يقدمها الفندق The Services**

تعتبر الخدمات التي يقدمها الفندق عامل نجاح مهم للفندق، فبعض الفنادق تقدم خدمات متكاملة فلا يحتاج النزيل بها إلى مغادرة الفندق لتوفر حتى الخدمات الشخصية بها. كثير من رجال الأعمال يفضلون هذا النوع من الفنادق التي توفر لهم الوقت والجهد لانجاز بعض الأعمال.

ومن أمثلة الخدمات التي يقدمها الفندق خدمات السكرتارية، البريد، الفاكس، الحسب الآلي الترجمة، قاعات الاجتماعات والمؤتمرات، نظام فيديو داخلي، النادي الصحي، حمامات سباحة، ملاعب بنوك، مكاتب سفريات، مكتب تأجير سيارات، مطاعم متنوعة، محلات تجارية مكاتب استعلامات وغيرها من الخدمات.

ايجابيات العمل الفندقي The Advantages of Hotel's Work

يتسم العمل الفندقي بالعديد من الايجابيات و المميزات، ومن هذه المميزات:

١. هناك خمسة إلى تسعة أقسام مستقلة في الفنادق ولكنها تعمل بصورة متناسقة ومترابطه وهذا تأكيد بان العمل الفندقي متنوع ويتطلب درجة عالية من التحدي، وبهذا يتمكن الشخص الذي يعمل بالفندق من اكتساب ومعرفة أكثر من عمل وأحد.
٢. كثير من أعمال الفندق تتطلب علاقة مباشرة بالضيف ومعرفة ودراية بالتعامل مع عامة الناس. قد يتطلب العمل الفندقي مقابلة وخدمة الأغنياء والفقراء والمشهورين والمثقفين والأميين وبالتالي فكل فرد يدخل الفندق يوفر فرصة للعاملين بالفندق بزيادة معلوماتهم عن طبيعة البشر وما يتطلبه من تقديم الخدمة التي تعزز بها بقاء الضيف لمدة أطول في الفندق.
٣. محيط العمل بالفندق محيط مبهج ومتغير وغير خاضع للروتين اليومي وأجواء العمل بالفندق تعتبر من أحسن الأجواء مقارنة مع الدوائر والشركات الأخرى من حيث الديكور والألوان والتدفئة والتبريد.
٤. في صناعة الفنادق مسؤولية العاملين ليست فقط أداء أعمالهم وانما الحصول على رضاء الضيوف من خلال موافقة واستحسان الضيوف أن فسهم وهذا بدوره يوفر للعاملين فرصة جيدة للخروج من الروتين اليومي المزعج في التعامل مع البشر والوظيفة
٥. يعتبر العمل الفندقي عمل متميز تنعكس عليه بسرعة التغيرات التي تحدث بالاقتصاد المحلي والعالمي.
٦. العمل الفندقي يتأثر كثيراً بالتقنيات والأفكار وأساليب العمل الجديدة ولهذا فأنه يخضع للتغيير بشكل مستمر. أما الفندق الذي يبقى ساكناً أو مستقراً بدون تغيير فإنه في الحقيقة يعمل على تصفية أعماله تدريجياً.

سلبيات العمل الفندقي The Disadvantages of Hotel Work

١. يجب التأكيد دائماً على ضرورة التعاون بين الأقسام الفندقية حيث أن أي خطاء قد يحدث من أحد العاملين أو خطاء في أحدى الإدارات ينعكس سلباً على كل الفندق والعاملين به.
٢. يجب التأكيد دائماً على أهمية الحاجة إلى الاختيار الدقيق والعلمي للعاملين في الفنادق وكذلك استمرارية تدريبهم ولهذا فان مواصفات رجال الفنادق تختلف عن مواصفات الأعمال الأخرى من حيث الشكل واللياقة والتعليم والثقافة والروح المتفانية في خدمة وحب الناس.
٣. يجب أن تكون لدى العاملين في الفنادق القابلية على التكيف السريع مع مختلف الحالات الغير متوقعه أو غير اعتيادية وكذلك القابلية على السيطرة على المشاعر والعواطف حيث أن التعرض للضغط الكبير قد يرغم عامل الفندق للتعبير عن رأيه لذلك بصورة سيئة.

٤. ان عمل الفندق مستمر لمدة ٢٤ ساعة يومياً وسبعة أيام أسبوعياً وهذه يعني أن العاملين في هذه الصناعة مطالبين بالعمل في كل الاوقات ونرى أنه حين يكون الضيوف مرتاحين يتمتعون بعطلتهم نرى رجال الفنادق منهمكين في أن جاز أعمالهم.

أهمية وضرورة التعاون بين أقسام الفندق:

التعاون بين الأقسام المختلفة بالفندق ضرورية جداً وخاصة إذا علمنا بان أي خدمة تقدم إلى الضيف يساهم بها قسمين أو أكثر من أقسام الفندق. على سبيل المثال أن إيصال الضيف الوافد إلى الفندق من الصالة الرئيسة في قسم الاستقبال إلى غرفته المهيأة والنظيفة ذلك يتطلب خدمة من المكاتب الأمامية وحاملي الحقائب وقسم التدبير الفندقي وكذلك لو كانت الخدمة لضيف وأحد بالمطعم أو لضيوف لديهم لقاء أو اجتماع في إحدى قاعات الفندق فان الجهود المشتركة لنجاح وتقديم الخدمة اللازمة لهم يتطلب التنسيق والعمل من عدة أقسام فندقية لغرض تقديم أفضل الخدمات وتحقيق وإشباع رغبات الضيوف. والفشل في جانب معين أو شخص معين في قسم من الأقسام يعنى خدمة غير جيدة وغير كافية وتسبب إرباك في العمل والنتيجة أنه لن يتحقق إشباع رغبات الضيف وهذه حالة تؤكد على ضرورة تعاون الأفراد والأقسام الفندقي فيما بينها حيث أن العنصر البشري ليس فقط من وجهة نظر الضيف ولكن ايضاً من وجهة نظر العاملبن في الفندق ولهذا نرى أنه لاتوجد صناعة أخرى تؤكد على هذه الدرجة العالية من النضج وفهم العنصر البشري مثل صناعة الفنادق.

شروط العمل في الفنادق Qualification For Hotel Work

بسبب تميز صناعة الفنادق ببيعها للخدمات واعتماد نجاحها على مستوى الخدمات المقدمة وكسب العملاء من خلال تلبية احتياجاتهم فهناك شروط ومؤهلات لابد مت توفرها في العاملين في صناعة الضيافة، منها:

١. حب الناس والرغبة في الخدمة من أساسيات النجاح في الفنادق.
٢. توفر القابلية للتأقلم السريع مع مختلف شرائح المجتمع ومع مختلف الحالات المتوقعة وغير المتوقعة.
٣. القابلية على ضبط النفس في المواقف الحرجة أو عند التعرض للضغوطات.
٤. الشخصية اللطيفة والابتسامة الدائمة واللياقة البدنية والملابس الانيقة.
٥. الثقافة العامة ومعرفة كاملة بالبلد الذي يقع به الفندق.
٦. تحدث أكثر من لغة من اللغات الأجنبية.

٧. الباقة في الحديث مع الضيوف.

٨. الامانة.

تصنيفات الفنادق Hotels’ Classification

أن واع الفنادق واشكالها تختلف من بلد إلى آخر وذلك يتوقف على مدى المقومات والموارد السياحية كأحد الركائز الرئيسة للعرض السياحي في البلد، فكل بلد يصنف الفنادق فيه بشكل مختلف وعلى الرغم من هذا الاختلاف فأنه يمكن تصنيف الفنادق إلى مجاميع وفقاً لمعايير معينه. فقد صنف Sudhir Andrews الفنادق إلى أن واع وأشكال متعددة حسب المعايير التالي: الموقع، الحجم، طريقة تقديم الخدمة، نوع الزبون، مدة الإقامة والتسهيلات المقدمة.

اما William S. Gray فقد صنف الفنادق إلى أن واع وأشكال مختلفة حسب أهم المعايير ممثلة بما يلي: مدة الإقامة، الموقع، غير أن ابا بكر عمر الحميدي صنف الفنادق إلى أن واع حسب طبيعتها والغرض الذي نشئت من اجله: فنادق العبور، وفنادق الإقامة الدائمة، وفنادق الإقامة المؤقتة، والفنادق الموسمية، والفنادق الرياضية، والفنادق العلاجية، والفنادق المتحركة، والفنادق السياحية. وصنف الدكتور عبدالحميد مصطفى الفنادق حسب طبيعتها وخصائصها والغرض من أن شائها والخدمات التي تقدمها: فنادق المجموعات التقليدية، وفنادق المصايف أو المنتجعات، فنادق الضواحي، وفنادق المطارات. ويرى ماهر عبدالعزيز الباحث في مجال السياحة والفنادق أنه من الممكن تصنيف الفنادق إلى أن واع وأشكال مختلفه تبعاً لأسس متعددة : الملكية، الموقع، الخدمات التي تقدمها، الدرجات والنجوم، الأسعار.

مما تقدم أعلاه نجد أن هناك أسسا مختلفة في تصنيف الفنادق ولايوجد معيار معين أفضل من المعايير الأخرى، إذ أن اختيار المعيار أو الأساس الذي يتم بموجبه التصنيف يعتم على الهدف من عملية التصنيف نفسها، كما أن الفندق نفسه يمكن أن يصنف بالاعتماد على أكثر من أساس وأحد كان يكون أحد الفندق سياحياً وموسمياً ورياضياً في نفس الوقت، كما أن كل نوع من أن واع الفنادق يمكن أن يشتمل فنادق من مختلف الدرجات والنجوم. كما تبين أن تصنيف الفنادق حسب المعاير التالية: الموقع، مدة الإقامة، الدرجات، يحتل اهمية خاصة ويعتبر الأكثر شيوعاً واستخداماً من قبل الكتاب المتخصصين واجهزة الاحصاء في مختلف دول العالم.

أهمية تصنيف الفنادق The Importance of Hotel's Classification

هناك تصنيفات مختلفة للفنادق فكل دولة لها تصنيفات معينة وأسس ومعايير على أساسها يتم التصنيف. في المملكة العربية السعودية يتم التصنيف على أساس معايير محدده وبناءاً على التصنيف لكل فندق يتم تحديد أسعار الخدمات بكل تصنيف من قبل الدولة. وتقوم الدولة بالتفتيش على الفنادق كل سنتين للتأكد من التزام الفندق بمعايير التصنيف للدرجة التي تم تصنيفه بها فإذا كأنهناك اختلاف أو تراجع يتم أن زال الفندق للدرجة الأقل وبالتالي تنخفض أسعار الخدمات به. لذا فنرى أن عملية التصنيف مهمة جداً تدخل بها العديد من العوامل والنقاط التي يجب أن تراعى، ومنها:

١. عدد الغرف والأجنحة الموجودة بالفندق.
٢. مساحة الغرف ودورات المياه بها.
٣. الخدمات الموجودة بالغرفة.
٤. الأثاث والتجهيزات وجودتها.
٥. مستوى الخدمة المقدمة بالفندق.
٦. الخدمات التي يقدمها الفندق للنزلاء.
٧. حجم ومستوى التجهيز التقني بالفندق.
٨. مؤهلات ومستوى الخبرة لدى العاملين.

عملية تحديد المعايير التي على أساسها يتم التصنيف تعتبر مهمة جداً عند بناء الفندق، حيث أن صاحب رأس المال يكون على يقين بدرجة الفندق التي يرغب في بنائه لمقابلة المعايير المطلوبة ومعرفة أسعار الخدمات التي سوف يقدمها مما يفيده في دراسة الجدوى للمشروع قبل البدء فيه، وانفاق ملايين الريالات على مشروع قد لايغطى تكلفته.

كما اوضحنا هناك تصنيفات مختلفة للفنادق من دولة إلى أخرى، ولكن هنا سوف نورد بعض التصنيفات الشائعة الاستخدام التي وردة في العديد من مراجع كتب الفنادق، وهي:

التصنيف وفقاً لمستويات الفنادق أو الدرجة:

تنقسم الفنادق إلى مجموعات تمثل مستويات الجودة والخدمة والأسعار التي تقدمها. ويعطى لكل مجموعة درجة أو عدد من النجوم وفقاً لمستوى الخدمة المقدمة والأسعار والمعايير المطلوب توافرها في الفندق.

١. فنادق الدرجة الممتازة (خمسة نجوم) **Deluxe Hotel**

تدخل ضمن هذا التصنيف الفنادق الفاخرة التي تقدم أعلى مستويات الخدمة في جميع خدماتها بأسعار مرتفعة نظير مستوى الجودة المتميزة بها. وتمتاز هذه الفنادق بالإسراف في عمليات الديكورات والتصميم الداخلي، بالإضافة إلى اتساع غرف الضيوف وفخامة الأجنحة الفندقية بها. ورقي ورحابة المطاعم بها والتي تقدم شتى أصناف الأغذية والمشروبات عالية الجودة والمتميزة. كما يتوفر بها العديد من من المرافق العامة الفاخرة مثل مركز رجال الأعمال، وقاعات الاجتماعات، وقاعات الاحتفالات، والنادي الصحي والمسبح. ويهتم زبائن هذه الفنادق بالتميز في جودة الخدمات المقدمة. لذلك تهتم هذه الفنادق بتوظيف العمالة الماهرة لضمان حصول العملاء على أعلى مستوى من الخدمة الفندقية الراقية المتميزة.

٢. فنادق الدرجة الاولى (أربعة نجوم) **First Class Hotel**

تمتاز فنادق هذه المجموعة بتقديم الخدمة الفندقية ذات الجودة العالية والمتميزة. غير أن مستوى هذه الفنادق يقل عن مستوى الفنادق الممتازة فمثلاً صافي مساحة غرفة الفندق في فنادق الدرجة الاولى ٣٠ متراً مربعاً على الأقل بينما تبلغ المساحة للغرف المزدوجة في الفنادق الممتازة حوالي ٣٦متراً مربعاً. وتمتاز هذه الفنادق بجودة الخدمات المقدمة باسعار تقل عن أسعار الدرجة الممتازة. كما يتوافر بها العديد من الخدمات والمرافق العامة والمطاعم وصالات الحفلات ومركز رجال الأعمال والنادي الصحي والمسبح والمحلات والملاعب الرياضية وغيرها من الخدمات.

٣. فنادق الدرجة الثانية (ثلاثة نجوم) **Second Class Hotel**

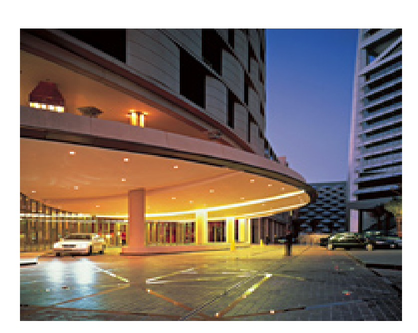
تقل في هذا النوع من الفنادق الخدمات الفندقية وكذلك الأسعار عن فنادق الدرجة الاولى. فنجد أن مساحة الغرف المزدوجة تبلغ ٢٥ متراً مربعاً، كما يقل بها عدد المطاعم وصالات الحفلات، وتقل مساحة المرافق العامة كالبهو الرئيس للفندق ومركز رجال الأعمال.

٤. فنادق الدرجة الثالثة (نجمتان) **Third Class Hotel**

هي الفنادق الأقل من حيث الخدمات الفندقية والاسعار. فمساحة غرفة الضيف تبلغ حوالي ٢١متراً مع حمام خاص بكل غرفة. كما لايتوافر بها مرافق عامة مثل مركز رجال أعمال، نادي صحي، صالة حفلات.

أنواع الفنادق Types of Hotels

١- فنادق المدن City Centre Hotel



تتراوح درجات هذه الفنادق من الممتازة إلى الدرجة الثالثة وتقع في المدن الكبرى والمتوسطة وتقع دائماً داخل حدود البلد، تتراوح الخدمات التي تقدمها حسب درجة الفندق وموقعه داخل المدينة وبعض منها يقدم كافة أن واع الخدمات التي يحتاجها السياح ورجال الأعمال. تتراوح الإقامة بها من عدة ساعات إلى ايام، وتتراوح احجامها من الفنادق الصغيرة ٥٠غرفة إلى الفنادق الضخمة ٥٠٠٠غرفة وملكيتها تكون متفاوتة بين شركات أهلية وشركات مختلطة. يعتبر هذا النوع من الفنادق من الفنادق المهمة التي إذا زاد الطلب عليها في السنوات الأخيرة نظراً لازدياد الحركة التجارية والصناعية وزيادة حركة الأعمال وخاصة في الدول الكبرى والمدن الضخمة في العالم. موقع هذه الفنادق تكون دائماً في قلب المدن التجارية والصناعية الكبيرة والمزدحمة بالسكان أو بالقرب من المطارات ويكون الوصول إليها أسهل لنوفر كافة أن واع المواصلات.

٢- فنادق الضواحي Suburban Hotel

تقع هذه الفنادق في ضواحي المدن. ولقد تم التوسع في أن شاء هذه النوعية من الفنادق نظراً لارتفاع تكاليف الأراضي والقيود المفروضه على البناء والانشاء داخل نطاق المدن. كما تنشأ هذه الفنادق خارج نطاق المدن هرباً من مشاكل الازدحام المرورية وعدم تواجد أماكن لانتظار السيارات داخل المدن وخاصاً في وسط المدن. وتمتاز هذه الفنادق بسرعة وسهولة الوصول إليها، وسعة مساحات أن تظار السيارات وتعدد الخدمات الفندقية الترفيهية المقدمة للزبائن، بالإضافة إلى اتساع أحجام الغرف نظراً لقلة تكاليف البناء مقارنتاً بفنادق المدن ووسط المدينة. ويتكون مزيج الزبائن لهذه الفنادق من زوار الضواحي، ورجال الأعمال، المقيمين للحفلات، وزبائن التسلية والترفيه بعيداً عن مصادر الإزعاج والتلوث.



٣- فنادق المنتجعات Resort Hotels

هي منشآت فندقية تقام في مناطق التسلية والاستجمام كالفنادق التي تطل على الأنهار، البحار، الجبال، الغابات والمناظر الطبيعية. ويتميز تصميم هذه الفنادق باتساع غرف النزلاء نظراً لطول فترة إقامتهم. كما تمتاز هذه الفنادق باتساع بهو الفندق وتصميمه الداخلي الذي يعطي جواً من الراحة والاسترخاء بالإضافة إلى تواجد عدد من الأسواق والمحلات التي تمد النزلاء وضيوف الفندق بالعديد من السلع والمنتجات التي يفضلونها. كما يتوفر بها العديد من أن واع المطاعم مثل المطعم العائلي والذي يقدم خدمة البوفيه خاصة في الافطار والعشاء، وخدمة الكاونتر والمشويات في المناطق الخارجية على الشواطئ أو بجانب حمام السباحة، والمطعم المتخصص والذي يقدم أطباقاً خاصه من الأكلات البحرية أو اللحوم أو الطيور، أو الشرفات المفتوحة والتي تطل على المناظر الطبيعية والخلابة في المنطقة التي يوجد بها المنتجع.

ضيوف المنتجعات هم الذين يرغبون في قضاء عطلاتهم الأسبوعية أو السنوية في جو يعمه الهدوء والراحة بعيداً عن ضجيج وازدحام المدن واولئك يرغبون ايضاً في ممارسة مختلف الرياضات مثل السباحة والتنس والجولف وتسلق الجبال وركوب الخيل والتزلج على الجليد، أو الراغبون في العلاجات أو الاستشفاء وخاصة في المنتجعات الواقعة بالقرب من العيون المعدنية Spa.

ونظراً لطبيعة احتياج رواد هذه المنتجعات إلى الهدوء والراحة تهتم إدارات هذه المنتجعات بمنع مصادر الإزعاج الصوتي باستخدام وسائل نقل تعمل بالكهرباء بدلاً من العربات التقليدية التي تعمل بمصادر الطاقة الملوثة للبيئة والمزعجة، وتحديد استخدام الدرجات البحرية في أماكن خاصة واوقات معينة. وتتجه المنتجعات في وقتنا الحاضر إلى توفير قاعات خاصة للمؤتمرات والاجتماعات وذلك لتزايد الطلب على إقامة مثل هذه المؤتمرات في الأماكن البعيدة عن ازدحام المدن وللاعتبارات الأمنية خاصة في حالة المؤتمرات السياسية. كما تفضل الشركات والمؤسسات إقامة المؤتمرات في المنتجعات لزيادة تركيز وانضباط حضور أعضاء المؤتمر وعدم أن شغالهم بأمور أخرى غير المؤتمر.

نلاحظ أنه من الصعب جداً تصنيف المنتجعات ولكننا سوف نحاول تصنيفها إلى أربع تصنيفات وهم:

- منتجع صيفي: يقع بالقرب من السواحل والبحيرات.
- منتجع شتوي دافئ: يقع بالقرب من المياه المعدنية والغابات.
- منتجع شتوي بارد: يقع بالقرب من الجبال والمناطق الباردة.
- منتجع يعمل على مدار السنة: يقع في المناطق التي يكون مناخها معتدل.

عمل المنتجعات يكون متقلب ونسبة تشغيله تتوقف على مخاطر كثيرة. كثيراً ما تعتمد على الجو

وتقلباته مثل سقوط الأمطار الغزيرة أو هبوب العواصف وتكون هذه بطبيعة الحال مأساة بالنسبة للمنتجع. تشكل عطلة نهاية الأسبوع الفرق بين الربح والخسارة في اغلب المنتجعات خلال فترة الكساد.
تكون إدارة المنتجع على اتصال دائم ووثيق بالضيوف لان فترة إقامة الضيوف طويلة ويشعرون كأنهم في بيتهم أو مدينتهم ولهذا السبب ببعض المنتجعات تم أن شاء إدارة خاصة مهمتها إقامة العلاقات مع الضيوف وترفيههم وتقديم أفضل الخدمات لهم، مثل اجراء حفلات تعارف ورحلات جماعية أو إقامة مسابقات.

٤- فنادق المطارات Airport Hotels

تقع هذه الفنادق بالقرب من الموانئ الجوية وهي تخدم مزيج من العملاء يشمل المسافرين الذين يتوقفون في المطارات ويحتاجون إلى الإقامة لفترات قصيرة لمتابعة رحلاتهم بعد هذه الفترة، وطاقم شركات الطيران، ورجال الأعمال، ومقيمي المؤتمرات والاجتماعات والحضور. درجات هذه الفنادق تتراوح بين الدرجات الممتازة إلى الدرجة الثانية وقد تخصصت فنادق المطارات الان في إيواء رجال الأعمال وتوفير كافة الخدمات التجارية لهم من قاعات الاجتماعات إلى أعمال السكرتارية والترجمة واستعمال الحاسبات الإلكترونية والبنوك ومكاتب إيجار السيارات وخدمات البريد والهاتف والفاكس والأسواق.
وسلبيات هذا النوع من الفنادق يتمثل في النقص الشديد لجاذبية المناطق المحيطة بالفندق، وقيود ارتفاع مبنى الفندق نظراً لقربه من الميناء الجوي والإزعاج الصادر من حركة الطائرات.

٥- الموتيلات Motels

تقع هذه الفنادق على الطرق السريعة وهي تخدم مستخدمي هذه الطرق وغالبية هذه الفنادق تنشا على ارتفاع دور أو دورين على الأكثر. ويتوفر بها غرفة مزدوجة ويخصص لكل غرفة أو غرفتين مكان خاص لانتظار السيارات وايضاً أماكن لخدمة هذه السيارات إذا قضت الحاجة. وتقل الخدمات والمرافق العامة بهذه الفنادق حيث لايهم سعة ورحابة البهو الرئيس. كما لايتوفر بها سوى مطعم وأحد وذلك لقلة مدة اقامة الزبائن التي غالباً لاتتعدا الليلة الوأحدة.
نلاحظ بسبب التطور الحديث لطرق المواصلات السريعة وبالتالي رغبة السياح بالتنقل بواسطة سياراتهم الخاصة مع عائلتهم وتوفيراً للمال أو للاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة والاستراحة في أي مكان يرغبونه. كل هذه العوامل دفعت إلى أن شاء كثير من الموتيلات على الطرق الرئيسة لاستقبال المسافرين وتقديم الخدمات لهم.
وهناك أسس معينة يجب دراستها قبل البدء بتصميم الموتيلات، منها:

- دراسة الموقع وأهميته الجغرافية.
- دراسة نوعية الخدمات التي يقدمها الموتيل.
- دراسة الناحية الأمنية والسيطرة على حركة الدخول والخروج.

٦- فنادق السواحل Beach Hotels

تتميز فنادق السواحل بحكم موقعها بالقرب من السواحل المهمة بالعالم والتي تتراوح درجاتها من الممتازة إلى الدرجة الثالثة وتمتاز دائماً بكبر حجمها وتنوع الخدمات التي تقدمها للضيوف إذ تشمل على كافة الخدمات التي يطلبها الضيف. ومن حيث إداراتها فهي لاتختلف عن الفنادق الأخرى وتختلف فقط من حيث الموقع المواجه دائماً للسواحل الكبيرة وفي الغالب أن عملها موسمي ويحاول أصحاب هذه الفنادق رفع الاسعار في موسم الذروة وخفضها في موسم الكساد.

٧- فنادق الاقامة الدائمة Residential Hotels

انتشر هذا النوع من الفنادق في المراكز والمدن التجارية والصناعية الكبرى وهي تؤدي الأفراد الذين يعملون في تلك المناطق بعيدين عن أسرهم أو يقيمون مع افراد قلائل من عائلاتهم ويلجئون إلى هذه المدن طلباً للعمل، ففنادق الاقامة عبارة عن بناية تحتوي على شقق وغرف أو على شقق وغرف وتوفر خدمة التدبير الفندقي فقط وصالة للاستقبال وبعض الاحيان صالة صغيرة للاطعمة والمشروبات.
وتحتل فنادق الاقامة الدائمة جزء صغير في صناعة الفنادق لذا لاتلعب دور مهم في تطور صناعة الفنادق في العالم لان إداراتها صغيرة ومحدودة ولاتحتاج إلى خبرة كبيرة وتنظيم كبير لهذا السب نجد أن الكثير من الباحثين يستخدمون هذه الفنادق في تصنيفاتهم للفنادق.

٨- الفنادق المتحركة Mobile Hotels

يقصد بها الفنادق غير الثابته في مكان معين ولكنها متنقلة ومتحركة ونستطيع أن نقسمها إلى عدة أقسام، وهي:

أ) الفنادق العائمة Floating Hotels

يقصد بها السفن الكبيرة التي تجوب البحار وتنقل المسافرين من مدينة إلى أخرى أو الرحلات حول العالم، تجهز هذه السفن بكافة الخدمات التي يطلبها المسافر حيث تحتوي على غرف نوم وحمامات مستقلة وتحتوي على شقق بعدة أن واع، وتقدم خدمة الطعام والشراب وخدمات الغرف والبريد والبرق

والفاكس وتحتوي ايضاً على مسارح وسينما وأسواق. أي تقدم جميع الخدمات التي تقدمها الفنادق الكبرى.

تقسم الغرف والشقق في السفن إلى درجات معينة واسعار مختلفه من حيث موقعها والمنظر التي تطل عليه ومدى قربها من المحركات. تركز هذه السفن على نوعية وجودة الأطعمة والمشروبات وكذلك على وسائل الترفيه حتى لايشعر المسافر بالملل أثناء الرحلة. أسعار الإقامة والأطعمة والمشروبات والسفر دائماً تكون مرتفعة جداً وتخصص دائماً إلى طبقه معينة من الناس.

ب) الفنادق البرية المتحركة **Inland Mobile Hotel**

تطلق هذه التسمية على غرف النوم المتواجدة بالقطارات حيث أن بعض القطارات تكون فيها غرف من الدرجة الاولى والثانية ايضاً. تحتوى الغرف على كافة التسهيلات التي يحتاجها المسافر من غرف النوم وحمام وتليفون وخدمات البرق وخدمة الغرف بالإضافة إلى وجود مطعم لخدمة المسافرين. تستعمل هذه الغرف في الرحلات بالقطار التي قد تستغرق في بعض الاحيان إلى اربعة ايام يقضيها المسافر في القطار.

ت) الفنادق الطائرة **Air Hotels**

يقصد بها غرف النوم الموجودة على متن الطائرات. هذا النوع من الفنادق قليل جداً في العالم فاول شركة خطوط طيران أن تهجت وطورت هذه الفكرة هي ريجنت إير (Regent Air) الامريكية. تحتوي الطائرة على قاعة اجتماعات ومطعم وخدمات الهاتف والبرق والفاكس والسكرتارية وغيرها من الخدمات وطبعا فان تكلفتها مرتفعة جداً قياساً بالرحلات العادية.

٩- الفنادق العلاجية **Therapeutically Hotels**

يقع الفندق العلاجي بجوار مصدر طبيعي للاستشفاء يمتاز بهوائه الجاف أو بقربه من ينابيع المياه المعدنية أو الكبريتية أو توافر رمال لها خاصية الاستشفاء. هذا النوع من الفنادق يكون مجهز بكافة أن واع التسهيلات والخدمات التي يحتاجها الضيف العادي أو المريض مثل قاعات العلاج الطبيعي وحمامات السونا واحواض للمياه المعدنية أو الكبريتية وأطباء متخصصين في العلاج الطبيعي وكذلك توفر المطاعم التي توفر الغذاء المناسب للمرضى.

١٠- الفنادق الرياضية **Athletically Hotels**

تنتشر هذه الفنادق في المدن التي تحتوي على ملاعب كبيرة ومدن اولمبية وقد تعمل هذه الفنادق في موسم وأحد فقط وهو موسم الألعاب أو قد تعمل على مدار السنة حسب الدولة أو الموقع، وتوجد فنادق

رياضية بالقرب من المناطق المغطاة بالثلوج لغرض ممارسة رياضة التزحلق على الجليد وتقدم مدربين متخصصين في ذلك.

اغلب هذه الفنادق تكون مجهزة بكافة الخدمات الضرورية التي يحتاجها الرياضي أو الهواة من قاعات للتمارين أو للرياضة العادية وكذلك يتم تجهيزها بنوعية معينة من الطهاة لتقديم طعام صحي للرياضيين.

قد تكون هذه النوعية من الفنادق مؤقتة أو دائمة وتكثر قرب المدن الأولمبية أو قرب الملاعب المشهورة بالعالم وتتراوح درجاتها من نجمتين إلى الدرجة الممتازة.

١١- الفنادق المؤقتة (المخيمات) Camps

تنشأ بالقرب من السواحل أو الشواطئ أو في المناطق الجبلية أو الصحراوية وتجهز بكافة التجهيزات الضرورية للمعيشة، وتحتوي خيمة الإقامة على سرائر صغيرة ولوازمها ومراتب ووسائد ومن أمثلة تلك معسكرات الكشافة والجوالة. تحوز تلك المخيمات إعجاب قطاع عريض من السائحين وخاصة عند الشباب ومواصفات هذه المخيمات أن تكون أرض الموقع في غالبيتها العظمة مستويا وان تكون التربة قابلة لتصريف مياه الأمطار ويجب أن تكون المنطقة المحيطة بالموقع نظيفة البيئة وان يتمتع هذا الموقع بعناصر جذب طبيعية أو حضارية.

١٢- فنادق المؤتمرات Convention Hotels



تصمم هذه الفنادق لاستيعاب المؤتمرات الضخمة، وقد يصل عدد غرف فندف المؤتمرات إلى ٢٠٠٠ غرفة بالاضافة إلى صالات الطعام الفسيحة لاستيعاب أعضاء المؤتمر ويشمل فندق المؤتمرات معدات وتجهيزات الترجمة الفورية وغرف للسكرتارية والصحفيين بالإضافة إلى قاعات متعددة.

١٣- فنادق الاجنحة Suite Hotels

تتكون معظم وحدات الفندق من غرفة نوم ملحق بها صالون لاستقبال الضيوف ومطبخ صغير وتتوافر بهذه النوعية من الفنادق عدد من المطاعم وبعض الخدمات الترفيهية وحمام سباحة بالاضافة إلى قاعات متعددة الأغراض بالإضافة إلى خدمة التدبير الفندقي والغسيل والكي. هذه النوعية من الفنادق تكون مناسبة للأسر الكبيرة ويكون سعرها مناسب.

١٤- الفنادق الخضراء Green Hotels

تهتم هذه الفنادق بالبيئة وتستخدم طاقة شمسية بدلاً من أن تترك تأثيرا ملوثاً على البيئة ومن أهم الشروط التي يجب أن تراعيها الفنادق الخضراء الآتي:

- ان يكون الشاطئ طبيعياً وان لايتم التدخل فيه وتغيره هندسياً ولا المساس بمعالمه الطبيعية.
- عدم وجود حيوانات أليفة على الشاطئ لأنها تترك مخلفات قد تسبب أمراض أو عدوى للانسان.
- عدم استخدام تكنولوجيا مضرة بالبيئة من وسائل الترفيه المستخدمة على الشاطئ مثل الدرجات النارية المائية Jet Ski.
- توافر أماكن وممرات لذوي الاحتياجات الخاصة ودورات مياه خاصه بهم.
- يجب أن تبنى بمواد طبيعية غير أسمنتيه ولايستخدم فيها التكنولوجيا الحديثة مثل التكييف وبدلاً منه تستخدم التهوية الطبيعية كالقباب.

١٥- فنادق العائلة **Family Hotels**

وهي فنادق صغيرة تشبه المنزل العائلي ويتولى إدارتها عادة صاحب المنزل وزوجته ويساعدهم في الخدمات الفندقية بقية أفراد الأسرة وتقد هذه الفنادق العائلية وجبات بسيطة وخفيفة.

تقسيم الفنادق من حيث الملكية Ownership

١- قطاع خاص **Private Hotel**

هي الفنادق التي يملكها شخص وأحد وعادة تكون صغيرة وعدد غرفها قليلة وتقدم خدمات محدودة لقلة رأس المال المستثمر بها ، وتنتشر هذه الفنادق في أكثر مدن العالم وخاصة في المدن الصغيرة.

٢- الشركات والسلاسل الفندقية **Chain Hotels**

هي عبارة عن إدارة عدة فنادق من قبل شركة وأحدة وظهرت وتطورت هذه الأنواع من الشركات بعد الحرب العالمية الثانية. كانت اول نشأتها في أمريكا واول سلسلة فندقية أن شئت هي سلسلة فنادق ستاتلر Statler ثم تبعتها سلاسل هيلتون وشيراتون. وكان من أهم أسباب نشؤها هو المنافسة الشديدة حتى غزت العالم اجمع، وتتميز هذه الفنادق بضخامة رأس المال وكبر الحجم والإدارة المتخصصة.

٣- قطاع مختلط **Mixed Sector Hotels**

هي الفنادق التي تكون ملكيتها مشتركة بين الدولة والقطاع الخاص أو بين الدولة وشركات أجنبية.

٤- فنادق حكومية Government Hotels

هي الفنادق التي تكون ملكيتها تابعة للدولة مثل دور الاستراحة المتوفرة لدى بعض الوزارات والهيئات الحكومية ، أو في بعض الأحيان تقدم هذه الفنادق خدماتها للعامة.

الاستثمار في صناعة الفنادق Investment in Hotel Industry

قبل الاستثمار في صناعة الفنادق هناك العديد من النقاط والأمور التي يجب النظر اليها وإدراكها من قبل المستثمرين، وهي:

١. الفندق لايذهب للمستهلك بل المستهلك يحضر اليه وبمعنى آخر أن الخدمة يجب أن تستهلك في مكان أن تاجها وهذا يتطلب قدرة عالية ومستمرة للتسويق ومحاولة جذب الضيوف إلى الفندق.
٢. هنالك تنوع في الخدمات التي يقدمها الفندق وبالتالي تظهر الحاجة إلى تحديد الخدمة المطلوبة لكل شريحة والوصول اليها.
٣. الليالي الفندقية لاتخزن مما يعنى بذل الجهد لبيعها في نفس اليوم.
٤. عمليات البيع تتم للأفراد والمجموعات مما يعني إعداد برامج واسعار ووسائل اقناع للفرد والتي قد تختلف عن تلك للمجموعات.
٥. حجم الاستثمار مرتبط بدرجة الفندق (فندق خمس نجوم أو أربع نجوم مثلاً) وهذه لاتظهر في الصناعات الأخرى حيث يوجد بها معايير للأصول الثابتة وكذلك لرأس المال العامل.
٦. صعوبة تغيير المنتجات والخدمات وعلى هذا فالاستثمار ابدي.
٧. يتراوح الاستثمار في الاصول الثابتة من ٧٠٪ إلى ٩٠٪ بينما الاستثمار في الأصول المتداولة من ٣٠٪ إلى ١٠٪ ولذا فان القرار بالاستثمار قرار استراتيجي ولابد من دراسته في ضوء الظروف الاقتصادية المتوقعة خلال عمر المشروع مع أخذ كل الظروف في الاعتبار.

المشكلات التي تواجه صناعة الفنادق: Problems Facing The Hotels Industry

صناعة الفنادق كأي صناعة أخرى تواجه العديد من التحديات، ومن اهم هذه التحديات:

- كثافة رأس المال المستثمر في هذه الصناعة التي يصرف جزء كبير منه على المباني والارض والأثاث والتجهيزات والتي هي تكلفه.
- صعوبة تحقيق نسبة اشغال ١٠٠٪ مهما كانت الإدارة ناجحة.
- صعوبة تغير النشاط إلى أي نشاط آخر في حالة أن خفاض الطلب تحت أي ظرف.

- ان رضاء الضيف عن الخدمة تتدخل به عوامل أخرى غير موضوعية وذلك لاختلاف الثقافات بين الشعوب فالخدمة التي ترضي العميل الإنجليزي قد لاترضي العميل العربي.
- ارتفاع مستوى المعيشة وامكانية الحصول على الراحة والاستمتاع داخل المنازل مما دفع الفنادق إلى بذل أقصى جهد لإشباع حاجات الضيوف مما يضيف عبئ على موارد الفندق وإدارته.
- ارتفاع تكلفة الحصول على بيانات دقيقة عن النزلاء وثقافاتهم ومتطلباتهم في الخدمة بالإضافة إلى بيانات عن آلاف السلع والخدمات.
- صناعة الفنادق صناعة موسمية في اغلبها مما يجعل نسب الاشغال فيها مختلفة.

تمارين الوحدة

السؤال الاول:

اجب بصح أو خطأ على العبارات التالية كلاً بما يناسبها :

١. (   ) من اهمية الفنادق لافراد المجتمع هو خلق فرص عمل في مجالات الفنادق.
٢. (   ) الديكور الجيد من العوامل المساعدة على نجاح الفندق.
٣. (   ) فنادق المنتجعات هي الفنادق التي تقام بوسط المدن.
٤. (   ) تقع الموتيلات على الطرق السريعة.
٥. (   ) صعوبة تغيير النشاط الفندقي إلى أي نشاط آخر في حالة أن خفاظ الطلب.

السؤال الثاني:

اجب على الفقرات التالية :

١. ماهو تعرف الفندق؟
٢. ماهي اسباب تزايد الفنادق في العالم؟
٣. ماهي الشروط والمؤهلات في العاملين في الفنادق؟
٤. ماهي النقاط التي يجب أن تراعى في تصنيف الفنادق؟

اجابة تمارين الوحدة

السؤال الثاني:

١. (صح) من اهمية الفنادق لافراد المجتمع هو خلق فرص عمل في مجالات الفنادق.
٢. (صح) الديكور الجيد من العوامل المساعدة على نجاح الفندق.
٣. (خطأ) فنادق المنتجعات هي الفنادق التي تقام بوسط المدن.
٤. (صح) تقع الموتيلات على الطرق السريعة.
٥. (صح) صعوبة تغيير النشاط الفندقي إلى أي نشاط آخر في حالة أن خفاظ الطلب.

السؤال الثاني:

١) ماهو تعرف الفندق؟

" عبارة عن نزل، يعد طبقا لأحكام القانون ليجد فيه النزيل الماوى والمأكل والخدمة، مدة معينة، لقاء أجر معلوم "

٢) ماهي اسباب تزايد الفنادق في العالم؟

الفنادق تنتشر وتزداد مع:

١. تزايد أن تقال الأفراد من زمان إلى زمان ومن مكان إلى مكان بفضل تطور وازدياد وسائل المواصلات الحديثة والسريعة في نفس الوقت.
٢. تزايد وانتشار وسائل النقل والطرق السريعة، حيث تتواجد الفنادق على طول هذه الطرق ليجد المسافرين فيها محطة راحة واستجمام خلال تنقله ومثال على ذلك نشؤ الموتيلات على الطرق السريعة.
٣. تعقد الحياة وكثرة مشاكلها وتعقيد العمل أدى إلى الحاجة الضرورية لكل فرد ليتمتع بإجازة سنوية يخلد بها إلى الراحة والاستجمام بعيداً عن مكان إقامته وعمله وبالطبع المكان الوحيد الذي يؤويه في رحلته هو الفندق.

٤. تقليل ساعات العمل وزيادة أجور العمل أدت إلى توفير دخل إضافي ووقت إضافي للافراد بحيث يستطيعون أن يوفروا جزء من هذا الدخل في السفر والترحال وكذلك الاجازات السنوية المدفوعة الأجر.
٥. ازدياد الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الناس وازدياد الرغبة في زيارة المدن والبلدان الأخرى بعد حلول السلام بالعالم وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية.
٦. ازدياد حركة التجارة والصناعة أدت إلى أن تقال البضائع والسلع من مكان إلى آخر وسعي رجال الأعمال للحصول على صفقات تجارية في زيارة مدن وبلدان أخرى.

٣) ماهي الشروط ولمؤهلات في العاملين في الفنادق؟

بسبب تميز صناعة الفنادق ببيعها للخدمات واعتماد نجاحها على مستوى الخدمات المقدمة وكسب العملاء من خلال تلبية احتياجاتهم فهناك شروط ومؤهلات لابد مت توفرها في العاملين في صناعة الضيافة، منها:

١. حب الناس والرغبة في الخدمة من أساسيات النجاح في الفنادق.
٢. توفر القابلية للتأقلم السريع مع مختلف شرائح المجتمع ومع مختلف الحالات المتوقعة وغير المتوقعة.
٣. القابلية على ضبط النفس في المواقف الحرجة أو عند التعرض للضغوطات.
٤. الشخصية اللطيفة والابتسامة الدائمة واللياقة البدنية والملابس الانيقة.
٥. الثقافة العامة ومعرفة كاملة بالبلد الذي يقع به الفندق.
٦. تحدث أحد اللغات الأجنبية.

٤) ماهي النقاط التي يجب أن تراعى في تصنيف الفنادق؟

أن عملية التصنيف مهمة جداً تدخل بها العديد من العوامل والنقاط التي يجب أن تراعى، ومنها:

- عدد الغرف والأجنحة الموجودة بالفندق.
- مساحة الغرف ودورات المياه بها.
- الخدمات الموجودة بالغرفة.
- الأثاث والتجهيزات وجودتها.
- مستوى الخدمة المقدمة بالفندق.
- الخدمات التي يقدمها الفندق للنزلاء.

- حجم ومستوى التجهيز التقني بالفندق.
- مؤهلات ومستوى الخبرة لدى العاملين.

صناعة الضيافة

التنظيم الفندقي

الجدارة: معرفة التنظيم الفندقي وهياكله التنظيمية.

الأهداف:

عندما تكمل هذه الوحدة تكون قادراً على:

١. معرفة أهمية التنظيم الفندقي.
٢. معرفة معنى الإدارة ووظائفها.
٣. معرفة الإجراءات الصحيحة لاتخاذ القرار الإداري.
٤. تعريف الهيكل التنظيمي.
٥. التعرف على بعض الهياكل التنظيمية للفنادق

مستوى الأداء المطلوب: استيعاب المتدرب واتقأنه هذه الجدارة ١٠٠٪

الوقت المتوقع: ٤ ساعات

الوسائل المساعدة:

١. المناقشة الفصلية.
٢. الاجابة على التمارين بآخر الوحدة.

متطلبات الجدارة:

لايوجد

التنظيم الفندقي
Hotel Structure

الفندق عبارة عن منشأة تجارية تبيع الخدمات وكأي منشأة تجارية فأنها تخضع إلى نظام إداري كامل من تخطيط وتنظيم ورقابه بهدف الوصول إلى تقديم خدمة جيدة إلى النزلاء. فالفنادق ونتيجة إلى المنافسة الحادة في الأسواق وسعيها إلى التميز جعلها تقوم ببناء نظام إداري متكامل يسهل عملية القيام بالواجبات والمهام المطلوبة بشكل سلس ومتناسق. والفنادق تتأثر بالأسلوب الإداري المتبع بها الذي يقودها إلى النجاح أو الخروج من الصناعة. التنظيم الإداري يعني ترتيب وتوزيع الوظائف والمهام وتحديد الصلاحيات والسلطات لكل وظيفة بالفندق والذي يكون واضحاً من خلال الهيكل التنظيمي للفندق.

ومن العناصر التي دعت إلى التنظيم الفندقي هو التطور في الفنادق عبر التاريخ فصناعة الفنادق مرت بتطورات سريعة خصوصاً في السنوات الأخيرة ومن ملامح هذا التطور هو الزيادة في الإدارات بالفنادق والتي كانت نتيجة لزيادة الخدمات الفندقية وتوسعها وزيادة العاملين بالفنادق مما دعا إلى حتمية القيام بالتنظيم لها. وايضاً التطور التكنولوجي ساهم في تحقيق التنظيم والتناسق في الأعمال الفندقية من خلال البرامج الإدارية والفندقية المتخصصة التي سهلت عملية القيام بالمهام والاتصال بين الإدارات الفندقية وتقديم الخدمات بشكل أفضل.

وقبل التطرق إلى التنظيم الفندقي بشكل موسع لابد أن نتحدث عن الإدارة ووظائف الإدارة.

تعريف الإدارة :

الإدارة، كلمة لها مفهوم وأحد وعدة تعاريف، فإذا نظرنا إلى تعريف كلمة " الإدارة " سنجدها بالنص الانجليزي:

"Management is to manage or direct or get things done through people and within available resources"

ومعنى ذلك أن الإدارة هي " التحكم أو التوجيه أو جعل الأشياء تتحقق من خلال الناس وبالمواد المتاحة ". وهذا تعريف بين العديد من التعاريف، وان تباينت فيما بينها إلا أن التباين يبقى قليلا عند وصف مكوناتها ووظائفها العديدة.

وهناك تعريف مبسط يقول: أن الإدارة هي التخطيط والإرشاد للانشطة المختلفة لأي منشأة فيما يتعلق بالإجراءات والواجبات والمهام الملقاة على عاتق أفرادها.

في تعريف آخر بتفسير دروكر " Drucker " لكلمة الإدارة على أنها مكون متعدد الأغراض الذي يعني إدارة الأعمال وإدارة المديرين وإدارة الأفراد وإدارة العمل.

والتعريف الذي ذكره فريدرك تايلور "Fredrick Taylor" عن الإدارة "Management" بأنها الفن الذي يعرف تماما ما نريد من الناس أن يفعلوه ثم نجعلهم يؤدون بأحسن طريقة وأرخصها.

ويعرف آخر، بأنها فن وعلم "Science and Art " وهذا التعريف للإدارة يتسم بالعمومية، ولم يحدد بوضوح العناصر المكونة لقدرات وكيفية تحقيق الأهداف بواسطة هذا العلم والفن.

أما هنري فايول" Henry Fayol " فقد أراد أن يضع تحديدا واضحا لمهام الإدارة من خلال تعريفه حيث قال " أن الإدارة هي التنبؤ، و التخطيط، و التنظيم، و التنسيق والرقابة " ولم يشر إلى جوانب أخرى من الإدارة مثل العلاقات الانسانية والعلاقات العامة وأثرهما على عمل الإدارة.

وتعرف كلمة " Administration " بأنها الأعمال المتعلقة بانشطة الحكومة أو الأعمال بصفة عامة.

أما كلمة " Management " فهي تعني أيضا الإدارة وتعرف بأنها فن ممارسة المدير لمهامه من رقابة وهي السيطرة الماهرة، والقدرة على التنفيذ ولإدارة الأشخاص المشرفين على العمل.

هناك العديد من التعاريف التي تناولت الإدارة من عدة زوايا، منها ما يطلق عليه تعبير " التعريف المحدود " الذي يتسم بالتقليدي و البعد عن الشمولية والدقة الكافية.

لكن إذا أن تقلنا إلى تعاريف أخرى، حديثة نسبيا، فنجد مثلا، تعريف Hutchinson " الذي يقول بان الإدارة فن ومهارة تجميع بعض الموارد البشرية والمادية، لتحقيق نتائج محددة" ونلاحظ أن هذا التعريف يعترف بصفة الفن للإدارة ويضيف إليها المهارة التي يمكن أن يكتسبها المديرون (الممارسة والخبرة الطويلة) ويستخدمها في توجيه الموارد المادية والبشرية لكي تحقق له الأهداف المرجوة والمطلوبة.

هل الإدارة علم أم فن؟

اختلف الكتاب والممارسون في الإدارة من حيث كونها علمًا خالصًا أم فنًا خالصاً أم مزيجا من العلم والفن؟

الإدارة فن :

ويرى أصحاب هذا الرأي أن الإدارة تتطلب مهارات ومواهب أن سانية، خاصة يتم تنميتها بالممارسة

والخبرة المكتسبة، لان الإدارة تتعامل مع البشر الذين يختلفون في مكوناتهم وسلوكهم، وهذا التعامل يحتاج مهارة وموهبة من المديرين، وكما يوجد 'مبدعون' في أي مجال فأنهناك مديرين ماهرين في مجالهم.

الإدارة علم خالص :

ويرى أصحاب هذا الرأي أن الإدارة هي علم استخدام الجهد الانساني، حيث أن العلم يقوم على جميع المعلومات والبيانات والملاحظات وتنظيمها وتفسيرها بغرض الوصول إلى حقائق وقواعد وقوانين عامة، لتفسير الظواهر والتنبؤ بحدوثها، ويرى هؤلاء أن الإدارة المعاصرة لها جوانب من العلم، فالكثير من الظواهر التنظيمية أصبحت تخضع للبحث وتختبر علميًا، كما أن الأسلوب أو المنهج العلمي في التفكير أصبح مستخدمًا في كثير من مجالات وانشطة الإدارة.

وان اختلف الأسلوب العلمي في مجال الإدارة شأنه في ذلك شان العلوم الانسانية عن مجالات العلوم الطبيعية.

الإدارة علم وفن

فنحن إذا اعتبرنا الإدارة فن، فأنهذا لا يعني أن كار وجود العلم فيها، لان أي فن لا بد وان يعتمد على علم مساند، وأي فن لا بد له من علم ودراسة تصقله، كما أن العمل العلمي البحت عند تطبيقه عمليًا؛ فلا بد من وجود مهارات ومواهب معينة حتى يمكن تطبيقه بنجاح، وهذه المواهب والمهارات هي التي تمثل الجانب الفني لدى الممارس. والإداري في أي موقع أو مجال يحتاج للإلمام بعلوم أخرى بجانب خبراته الإدارية كالإحصاء والاقتصاد وعلم النفس، وغيرها من العلوم.

مفهوم الإدارة:

ان الإدارة كلمة ليس لها معنى وأحد له صفة القبول العام إذ يمكن تعريفها بعبارات مختلفة، ولكن المفهوم الشامل للإدارة يمكن صياغته بأنه :

'مجموعة من الانشطة المتميزة الموجهة نحو الاستخدام الكفء والفعال للموارد، وذلك لغرض تحقيق هدف ما، أو مجموعة من الأهداف'.

وفيما يلي المفهوم الشامل :

١. العمل الإداري يتضمن مجموعة من الانشطة المتميزة، وهذه الانشطة يمكن تصنيفها إلى أربعة تصنيفات هي :

أ) التخطيط

ب) التنظيم

ج) التوجيه

د) الرقابة

٢. العمل الإداري يتضمن الاستخدام الكفء والفعال للموارد التي تتعامل معها المنظمة وهي موارد بشرية، و مادية، و مالية، و معلوماتية.

٣. العمل الإداري هو عمل هادف يسعى لتحقيق هدفٍ محدد أو مجموعة من الأهداف.

٤. ان الإدارة ليست تنفيذًا للأعمال، بل أن الأعمال تنفذ بواسطة الآخرين.

وظائف الإدارة Management Functions

أ - التخطيط (Planning) :

التخطيط هو الخطوة أو العنصر الاول في العملية الإدارية عند وضعها في قالب نظري محض، على اعتبار أن أي عمل يمكن أن يقوم به الانسان يجب أن يسبقه تصور وترتيب معين وحساب دقيق نسبيا لما يمكن أن يكون عليه هذا العمل وفقا للسياسة الموضوعة في المنشأ. وباختصار شديد نعني بالتخطيط، التفكير قبل العمل والتطلع إلى المستقبل .

و يمكن تصنيف التخطيط حسب الهدف منه أو اتساعه إلى ثلاث فئات مختلفة تسمى :

١. **التخطيط الإستراتيجي** : يحدد فيه الأهداف العامة للمنظمة.
٢. **التخطيط التكتيكي** : يهتم بالدرجة الاولى بتنفيذ الخطط الإستراتيجية على مستوى الإدارة الوسطى.
٣. **التخطيط التنفيذي** : يركز على تخطيط الاحتياجات لانجاز المسؤوليات المحددة للمدراء أو الأقسام أو الإدارات.

هناك بعض النقاط المهمة التي يجب أن تراعى في موضوع التخطيط، وهي:

- يجب وضع وقت محدد لتنفيذ الخطة ويجب تنفيذها خلال وقت العمل الأساسي وليس خلال الوقت الذي ممكن أن يتوفر.
- يجب الحصول على معلومات كافية قبل تطوير أو عمل الخطط.
- التخطيط وتطوير الخطط يجب أن يتم من الإدارة العليا.
- السماح بالمساهمة بالتخطيط ضمن العمل المحدد.

- يجب أن تمتاز الخطط بالمرونة والسماح بوضع إجراءات أو تعديلات معينة.
- يجب أن تنفذ الخطط ضمن الفترة الزمنية المحددة لها.
- اشراك الموظفين بالمستوى التنفيذي في وضع الخطط.

ب - التنظيم وتكوين الوظائف :

ويقول أحد الكتاب أن التنظيم هو إخضاع العمل للتقسيم المنطقي، و توزيع الانشطة طبقا للتخصص لتمكين الأفراد من أن جاز الهدف في يسر وسهولة وتوضيح للعلاقات التنظيمية بين مختلف الانشطة وكيفية التنسيق بينها حتى تعمل معا في أن سجام وتوافق.

والتنظيم هام جدا عل كافة المستويات الإدارية في المنشأة ويبرز دوره عندما تقسم الأعمال بين الأقسام والأفراد العاملين بالمنشأة، مع إعطاء السلطة الكافية لكل مركز تنظيمي حتى يتمكن من تحميل الأفراد مسؤولية النتائج.ويرى آخر أن التنظيم، الأداة التي تحقق أهداف المنشأة ويساهم في أن جاحها.

وعند الحديث عن التنظيم فمن المهم جدا (للمنشأة المتخصصة) أن تتبع الأسلوب العلمي في تكوين الانشطة وتحديد المراكز القيادية وان توازن بين السلطة والمسؤولية، لاعتبار أن لا قيمة لقائد بدون سلطة كافية حتى تكون مسؤوليته عما يتخذه من قرارات، واضحة ومعروفة.

هناك بعض المبادئ للتنظيم لتحقيق الفاعلية:

- وضوح الصلاحيات والمسؤوليات وعدم تداخلها.
- وضوح العلاقة بين الإدارات بالفندق.
- تحديد مشرف أو مدير لكل مجموعة من العاملين يعتبر مسئولا عن أدائهم.
- تجزئة العمل داخل الإدارة إلى أقسام حتى يمكن الإشراف والسيطرة.
- عدم جمود التنظيم وإجراء التعديلات عليه كلما دعت الحاجة إلى ذلك مع المتغيرات التي تطرأ.

ج - التوجيه (Direction) :

ونعني بالتوجيه: الإرشاد والإشراف الذي يقوم به المدير على مرؤوسيه، لكي يؤدون العمل بكفاءة ويحفزهم على الاستمرار فيه بثقة وحرص.

ونعني بالتوجيه أيضا: ذكاء المدير في كشف قدرات العاملين معه وكسب ثقتهم وولائهم للمنشأة

واستخدام مواهبهم في العمل، دون تردد أو سلبية.

وهو أيضا: العمل على تنمية تلك القدرات، سواء بالتدريب أو العمل بالتعلم، من خلال العمل، والتقدم المستمر في أداء العمل عن طريق التجويد والتحسين في الأداء.

د- **التحفيز** (Motivation):

هي عملية قائمة بذاتها في أعمال المدير، وتزداد يوما بعد يوم في ظل مجتمعات ترغب في تنمية الموارد الاقتصادية والاجتماعية.

وعملية التحفيز ليست سهلة أو عشوائية، لان الانسان، بطبيعته، مخلوق اجتماعي شديد الحساسية للاعتراف بانسانيته، وكلما اعترف المدير بان الفرد هو أن سان ذو ميول واتجاهات وطاقة أن تاجية، لا يستطيع الزيادة عنها، واستطاع أن يدفعه للعمل، عن قناعة وإيمان بعمله، كلما كأنهذا الانسان متفانيا في عمله، ومحفزا، بقوة محركة، تساعده في تحقيق آماله في العمل دون كلل. وهناك نوعين رئيسين للحوافز، هما:

الحوافز المادية: مثل المكافأت المالية التي تصرف للعاملين المجدين أو زيادة الرواتب.

الحوافز المعنوية: مثل خطابات الشكر، شهادات و دروع التقدير

هـ - التنسيق **(Coordination)** :

يرى هارولد كونتز (Harold Koontz) أن التنسيق : أهم مكونات العملية الإدارية والأساس في ممارسة المدير لهذه العملية، حيث يحقق التنسيق،الوفاق بين المجهودات الفردية، داخل المنشأة.

فبدون تنسيق، نجد كل نشاط، من أن شطة المنشأة، يعمل في معزل عن الانشطة الأخرى، وان كل مدير، يحاول أن يضع سياجا، من السرية، وإخفاء ما يقوم به داخل إدارته، و يفاجأ بتصادم مع مايتخذه المديرون الآخرون من قرارات، فوضع كهذا، يسبب الاحتكاك والتناقض المستمر بين القيادات في المنشأة، الأمر الذي لايمكن أن يستمر طويلا دون أضرار واضحة.

ولتنفيذ أعلى مستوى من التنسيق الفعال:

- يجب أن يكون لدى المشرفين صلاحية تعزيز المهام المطلوبة من العاملين والقيادة واتخاذ القرار.

- يجب أن لاتنسق الموارد لانجاز الواجب المحدد فقط ولكن يجب أن يساعد هذا العمل على تنسيق الجهود لخدمة أعمال الفندق ككل وهذا معناه الاتصال والتعاون مع بقية الأقسام الفندقية الأخرى.

و - الرقابة (**Control**) :

الرقابة تقيس نتائج الأعمال وتقارن بين ما أن جز من أعمال وتلك الأهداف المحددة مسبقا ، ثم هي التي تضع الإجراء التصحيحي الملائم في حالة وجود أخطاء.

ومفهوم الرقابة يتنوع لعدة اتجاهات ومواقف. فعندما تكون الرقابة بمعنى التشدد من قبل الإدارة ، قد تنحرف إلى معنى القسوة أو التعسف مع المرؤوسين. وعندما تكون الرقابة بمعنى تصيد الأخطاء ، فهي تقترب من السلطة البوليسية والتجسس على أعمال الأفراد وتصرفاتهم.

هذه الأشكال من الرقابة لا تساهم في تحسين الأداء أو رفع الروح المعنوية للأفراد ، بل كل ماتنتجه هو الخوف والارتباك، خشية الوقوع في الخطأ ، بينما الأفضل للمنشأة، أن تكون الرقابة بمفهوم الرعاية والوقاية من الوقوع في الخطأ وإبداء النصح والإرشاد.

ومن الأفضل أن تكون الرقابة أمر حتمي، يقبله الجميع، باعتبارها جزءا طبيعيا من العملية الإدارية وأحدى واجبات المدير ومسؤولياته.

ومن الآراء المتفقة مع هذا الرأي، ما يقوله ويليام جلوك (William Glueck) من أن الرقابة هي التأكد من الاستخدام الفعال لموارد المشروعات وتحقيق أهدافها ، ويقسمها إلى ثلاثة عناصر:

١ - أن شاء معايير القياس.

٢ - توضيح إجراءات القياس لتحديد مدى التقدم نحو الأهداف.

٣ - السعي نحو تشجيع النجاح وتصحيح القصور.

الجودة الإدارية Quality Management

ماذا تعني هذه الكلمة ولماذا أصبحت أشهر كلمة في هذه الأيام وما هو سرُ شهرتها؟

الجودة كما هي في قاموس إكسفورد تعني الدرجة العالية من النوعية أو القيمة وعرفتها مؤسسة او.دي.آي. الأمريكية المتخصصة في تدريب وإعداد الشركات لتصبح متصفة بالجودة بأنها إتمام الأعمال الصحيحة في الاوقات الصحيحة.

ان الجودة لا تتأتى بالتمني ولن تحصل عليها المؤسسة أو الفرد بمجرد الحديث عنها بل أن على أفراد المؤسسة ابتداءً من رئيسها في أعلى قمة الهرم إلى العاملين في مواقع العمل العادية وفي شتى الوظائف أن يتفانوا جميعا في سبيل الوصول إلى الجودة.

والجودة تحتاج إلى ركائز متعددة لتبقيها حية وفاعلة طوال الوقت. وهذه الركائز هي :

١. تلبية احتياجات العميل، وهنا لا بد أن ننوه بان العميل هو زميلك في العمل الذي تقدم له الخدمة أو المعلومات أو البيانات التي يحتاجها لإتمام عمله أو أنه هو العميل الخارجي الذي تقدم له المؤسسة التي تعمل فيها الخدمة أو المنتج.

إذن هنا لا بد أن نقدم الخدمة المتميزة والصحيحة للعميل في الوقت والزمان الذي يكون العميل محتاجاً إلى الخدمة أو المنتج. و أن تقديم الخدمة أو المنتج الخطأ أو في الوقت غير الملائم يؤدي دوما إلى عدم رضاء العميل وربما إلى فقده.

٢. التفاعل الكامل، وهذا يعني أن كل أفراد المؤسسة معنيين بالعمل الجماعي لتحقيق الجودة، فكل فرد في مكأنه مسئول عما يقوم به من أعمال أو خدمات وعليه أن ينتجها أو يقدمها بشكل يتصف بالجودة. أن هذا يعني كذلك أن الجودة مسؤولية كل فرد وليست مسؤولية قسم أو مجموعة معينة.

٣. التقدير أو القياس، وهذا يعني أنه بالإمكان قياس التقدم الذي تم إحرازه في مسيرة الجودة.

ونحن نرى أنه عندما يعرف العاملون أين أصبحوا وما هي المسافة التي قطعوها في مشوار الجودة فأنهم وبلا شك يتشجعون إلى إتمام دورهم للوصول إلى ما يرغبون في أن جازه.

٤. المساندة النظامية، المساندة النظامية أساسية في دفع المؤسسة نحو الجودة، فأنه ينبغي على المؤسسة أن تضع أن ظمة ولوائح وقوانين تصب في مجملها في بوتقة الجودة وفي دعم السبل لتحقيقها. أن التخطيط الإستراتيجي وإعداد الميزانيات وإدارة الأداء أساليب متعددة لتطوير وتشجيع الجودة داخل المؤسسة.

٥. التحسين بشكل مستمر، أن المؤسسات الناجحة تكون دوماً واعية ومتيقظة لما تقوم به من أعمال وتكون كذلك مراقبة لطرق أداء الأعمال وتسعى دوما إلى تطوير طرق الأداء وتحسينها، وهذه المؤسسات ترفع من مستوى فاعليتها وأدائها وتشجع موظفيها على الابتكار والتجديد وان الجودة تدوم وتستمر ما دامت المؤسسة تعتني بها وتجعل منها دستوراً وقاعدة ترتكز عليها.

من هو القائد الناجح؟

هو الذي يحسن استخدام المهام الإدارية، فإذا أحسن التخطيط على أساس بعد النظر وسعة الأفق وحسن الاختيار بين الوسائل المتعددة والحلول الممكنة، وتوافرت لديه ملكة التنظيم التي تجعل منه منظمًا ماهرًا، وكان تعامله مع مرؤوسيه على أسس سليمة قوامها التنسيق التام بين نشاطاتهم ومهامهم،

وأقام نظاماً للاتصالات يسهل نقل المعلومات والبيانات من خلال نظام محكم للتقارير، وأحسن التصرف في الاعتمادات المالية واوجه صرفها، كان قائدًا إداريًا ناجحًا.

اتخاذ القرارات Making Decision

في الواقع أن مسؤولية المدير في اتخاذ القرار تتزايد بنسبة مستوى المسؤولية، فالقرارات، عند أعلى الهرم الإداري أكثر خطورة ومخاطرة عنها في المستويات الأدنى. ولتبسيط عملية اتخاذ القرارات، يجب على الإدارة، وضع حدود معقولة التي يمكن أن يتم فيها الأداء الأمثل على أي مستوى من المستويات الإدارية.

وتختلف القرارات بين عدة نوعيات من المواقف:

- فهناك القرارات النمطية أو الروتينية، التي يتكرر صدورها، يوميا أو دوريا، عند حدوث مواقف معينة، وهذه القرارات يمكن برمجتها في الحواسيب (Computers).
- وهناك نوع آخر من القرارات، غير النمطية أو غير الروتينية، أو قرارات الحدث والمفاجأة والتغير، التي تصعب فيها البرمجة الإلكترونية، وتزداد فيها درجة المخاطرة، وتتطلب من القائم بها، الحذر والحكمة، لتقليل الخطر والخسائر.

والواقع أن القرارات الحاسمة، هي تلك التي تحل المشاكل، و تصوب العمل وتصحح الاوضاع. وللوصول إلى تلك النتيجة، يلزم الخبرة الكافية، و الشخصية القوية، و الذكاء، و القدرة على التحليل ومعرفة أعماق المشاكل. وهنا عدد من الخطوات تتخذ عند اتخاذ القرارات، وهي:

١) تحديد المشكلة.

٢) تحليل المشكلة.

٣) تحديد المشكلة الرئيسة وتوابعها من الفرعيات.

٤) التوقيت الملائم للقرار.

٥) دراسة الحلول البديلة.

٦) اختيار أن سب الحلول.

أسباب نشؤ التنظيم الفندقي:

١- زيادة حدة المنافسة بين الفنادق وخاصة بعد تطور طرق المواصلات البرية والبحرية والجوية واتجاه الناس إلى التنقل والتجوال.
٢- زيادة الطلب على الإقامة في الفنادق وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية واستقرار العالم سياسيا واقتصادياً وتجارياً.
٣- زيادة استخدام الفنادق وخاصة من قبل رجال الأعمال الذين يسافرون من مدينة إلى مدينة أخرى أو دولة لعقد اتفاقات تجارية.
٤- الهجرة من الريف إلى المدن.
٥- استخدام التكنولوجيا الحديثة في الفنادق.

تعريف الهيكل التنظيمي Organizational Chart

هناك أكثر من تعريف للهيكل التنظيمي منها:

يعرف الهيكل التنظيمي بأنه البناء أو الإطار الذي يحدد التركيبة الداخلية للفندق حيث أنه يبين التقسيمات والتنظيمات والأحداث الفرعية التي تقوم بمختلف الأعمال والانشطة التي يتطلبها تحقيق أهداف الفندق كما يوضح نوعية العلاقات بين أقسامها وخطوط السلطة وشبكات الاتصال فيها. والهيكل التنظيمي كبناء هرمي يعكس ترتيب الأقسام الفندقية ويتيح أفضل الظروف لتدفق الحركة بمختلف أقسام الفندق عن طريق تطبيق نظم العمل وأساليبه وإجراءاته.

يظهر الهيكل التنظيمي للفندق نتيجة تنظيم الفعاليات في مجامع من النشاطات الرئيسة (Major activities) والفرعية(Minor activities) وفق أحد أسس تجميع النشاطات ومن ثم ربط تلك المجامع مع بعضها وإظهارها على شكل وحدات تنظيمية مترابطة يطلق على كل منها تسمية (إدارة، قسم، شعبة إلخ...) ويكون على رأس كل تلك الوحدات مدير تخول له الصلاحية الضرورية للإشراف على أن جاز الفعاليات التي تضمها تلك الوحدات.

ويطلق على المخطط البياني الذي يظهر تلك الترابطات تسمية "الهيكل التنظيمي".

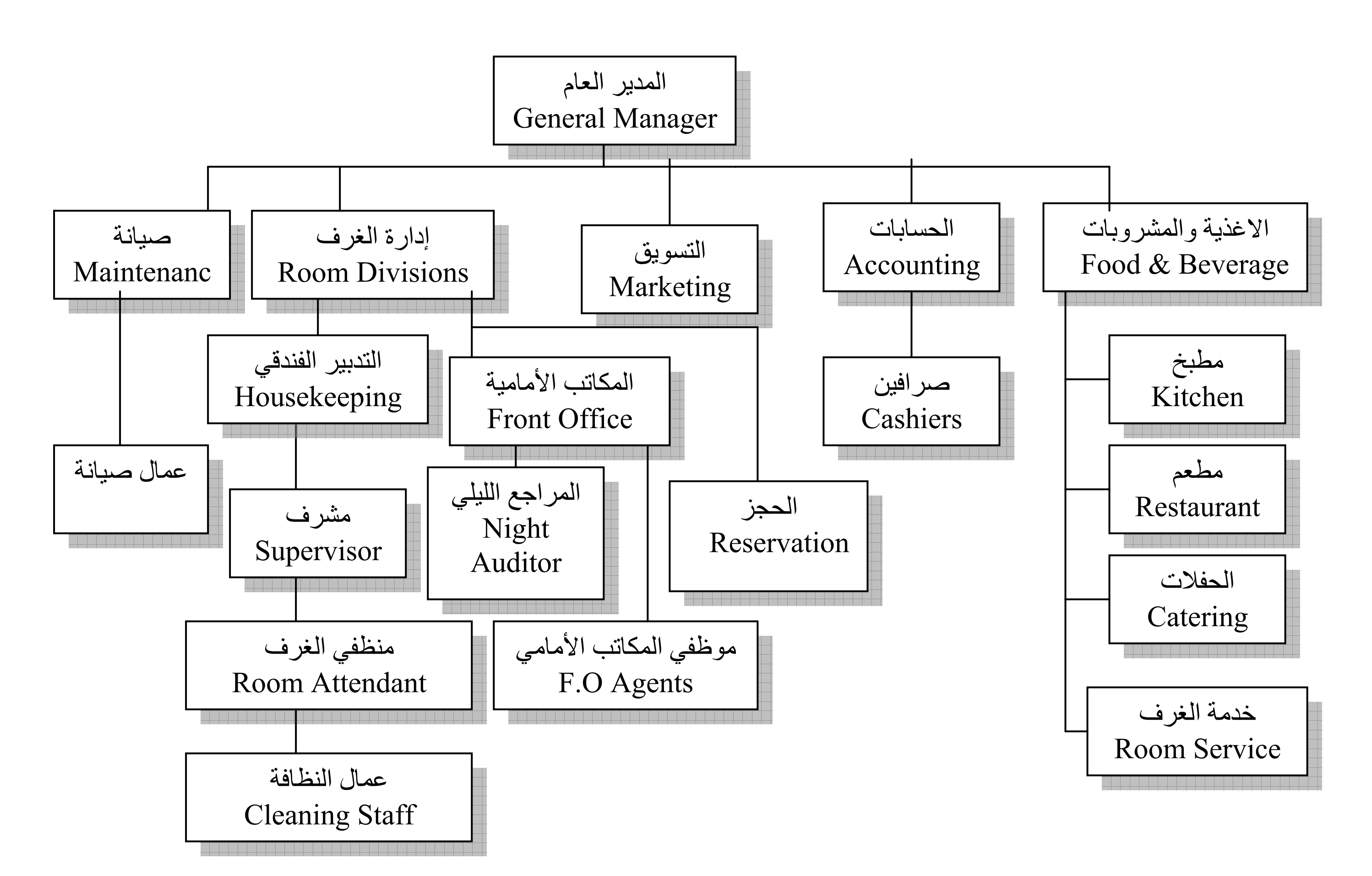
ويبدأ الهيكل التنظيمي عادة ولأي منظمة بمديرها الأعلى ويأخذ بالتفرع والتوسع الأفقي كلما اتجهنا نحو الأسفل عبر الوحدات التنظيمية ويعود ذلك إلى أن المدير العام للفندق يشرف على عدد محدد من المساعدين (مديري الأقسام) الذين يشرفون على عدد الأفراد بالمستوى الذي يليه.

الخرائط التنظيمية (Organisation Chartes)

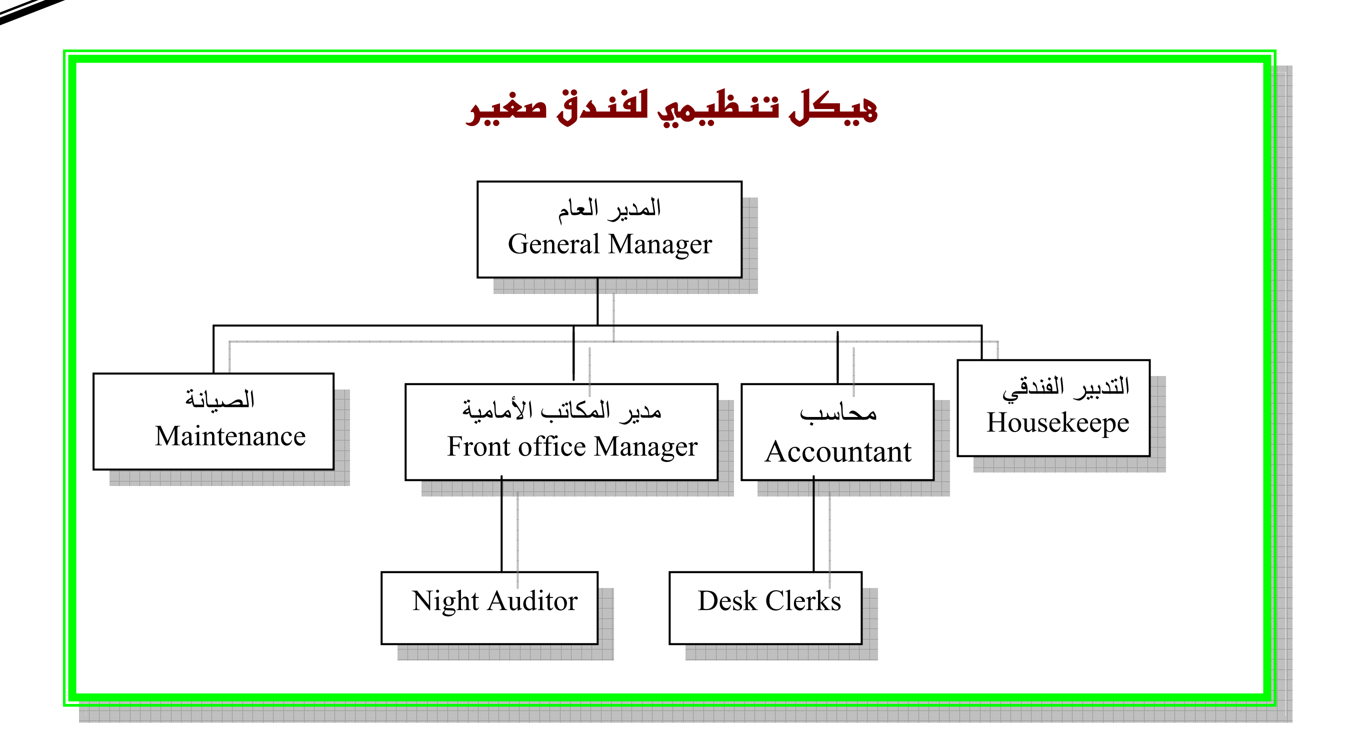
وهي عبارة عن مخطط أو وسيلة إيضاح تبين التنظيم الخاص للفندق كما تبين مختلف الأقسام وترابطها مع شرح الأعمال المطلوبة منها.

وفي ما يلي بعض النماذج للهيكل التنظيمي للفندق:

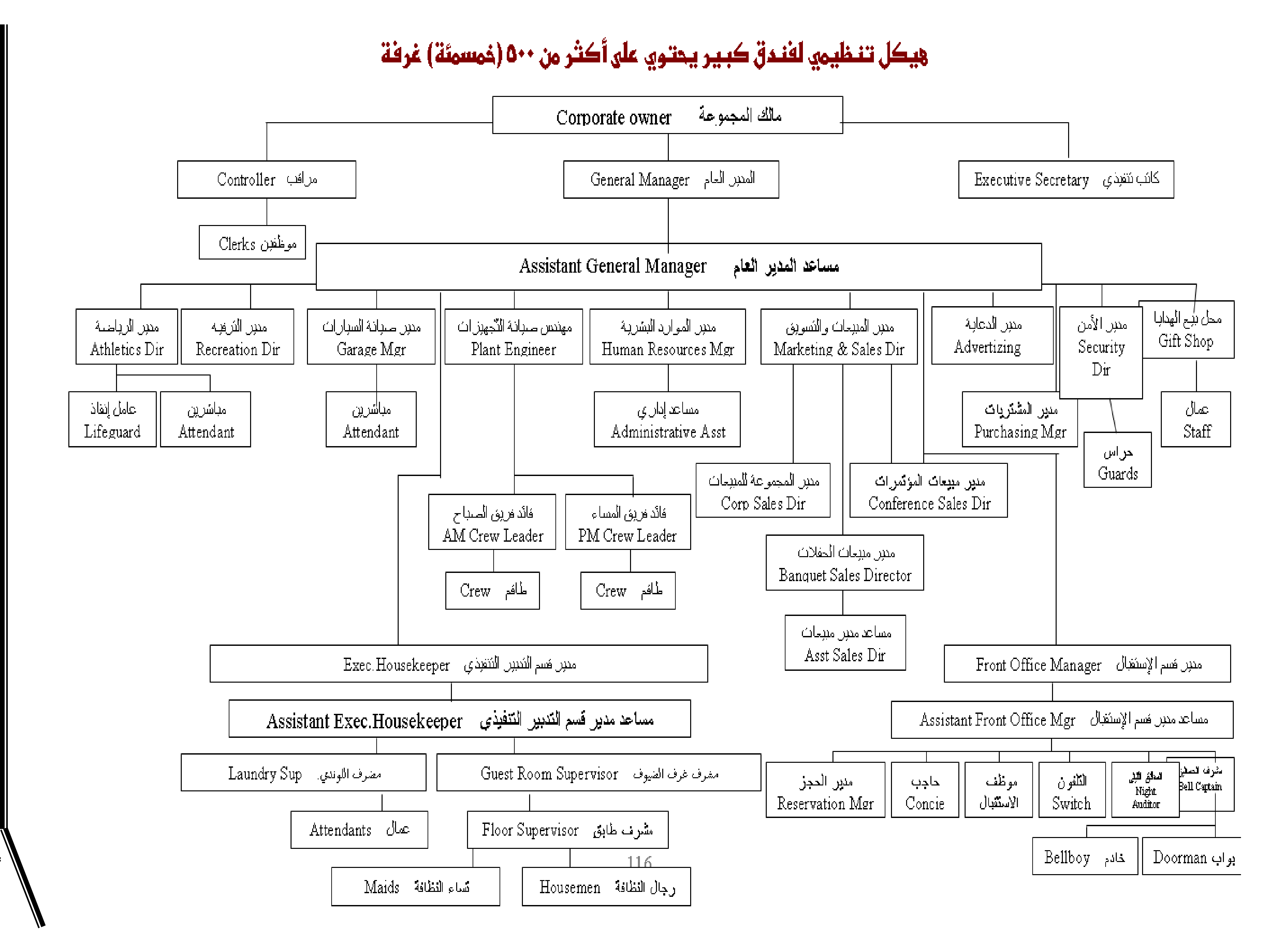
هيكل تنظيمي لفندق متوسط الحجم



شكل (٤- ١) هيكل تنظيمي لفندق متوسط الحجم



شكل (٤-٢) هيكل تنظيمي لفندق صغير



هيكل تنظيمي لفندق كبير يحتوي على أكثر من ٥٠٠ (خمسمئة) غرفة
Corporate owner مالك المجموعة
Controller مراقب
General Manager المدير العام
Executive Secretary كاتب تنفيذي
Clerks موظفين
Assistant General Manager مساعد المدير العام
مدير الرياضة Athletics Dir
مدير الترفيه Recreation Dir
مدير صيانة السيارات Garage Mgr
مهندس صيانة الأجهزات Plant Engineer
مدير الموارد البشرية Human Resources Mgr
مدير المبيعات والتسويق Marketing & Sales Dir
مدير الدعاية Advertizing
مدير الأمن Security Dir
محل بيع الهدايا Gift Shop
عامل إنقاذ Lifeguard
مباشرين Attendant
مباشرين Attendant
مساعد إداري Administrative Asst
مدير المشتريات Purchasing Mgr
حراس Guards
عمال Staff
مدير المجموعة للمبيعات Corp Sales Dir
مدير مبيعات المؤتمرات Conference Sales Dir
قائد فريق الصباح AM Crew Leader
قائد فريق المساء PM Crew Leader
Crew طاقم
Crew طاقم
مدير مبيعات الحفلات Banquet Sales Director
مساعد مدير مبيعات Asst Sales Dir
Exec.Housekeeper مدير قسم التدبير التنفيذي
Front Office Manager مدير قسم الإستقبال
Assistant Exec.Housekeeper مساعد مدير قسم التدبير التنفيذي
Assistant Front Office Mgr مساعد مدير قسم الإستقبال
Laundry Sup مشرف اللوندري
Guest Room Supervisor مشرف غرف الضيوف
مدير الحجز Reservation Mgr
حاجب Concie
موظف الاستقبال
التلفون Switch
المدقق الليلي Night Auditor
مشرف الحمالين Bell Captain
Attendants عمال
Floor Supervisor شرف طابق
116
Bellboy خادم
Doorman بواب
Maids نساء النظافة
Housemen رجال النظافة

العوامل التي تؤثر على الهيكل التنظيمي:

لقد استعرضنا بالأعلى عدد من الهياكل التنظيمية للفنادق والتي تختلف من ناحية الشكل والحجم والمضمون باختلاف الفندق. فهناك عدد من العوامل التي تحكم وتؤثر على الهيكل التنظيمي للفندق، وهي:

١. نوعية وحجم الفندق:

المقصود بنوعية الفندق إذا ما كان الفندق من درجة الفنادق الخمس نجوم أو أربع نجوم فهنا نلاحظ أن الهيكل التنظيمي للفندق يختلف باختلاف تصنيفه ففنادق الخمس نجوم غالباً ما يكون الهيكل التنظيمي مكتمل بكافة الوظائف الفندقية والإدارات والأقسام وتقل كلما اتجهنا إلى الفنادق الأقل نجوماً. من ناحية أخرى فنادق المنتجعات وفنادق المطارات ووسط المدن والموتيلات يختلف الهيكل التنظيمي لديها باختلاف طبيعة الخدمات التي تقدم ونوعية النزلاء بها.

٢. نوعية الخدمة المقدمة:

المقصود هنا التفريق بين فنادق الخدمات المحدودة وفنادق الخدمات الكاملة. ففنادق الخدمات المحدودة يكون هيكلها التنظيمي مختلفاً نوعاً ما عن فنادق الخدمة الكاملة فهناك بعض الإدارات التي يمكن الاستغناء عنها في الفنادق المحدودة وتعتبر أساسية بفنادق الخدمة الكاملة. مثال: بعض فنادق الخدمة المحدودة لاتقدم خدمة الحفلات، والبعض لايتوفر بها مطعم أو مطبخ والبعض منها يختصر في وظائف المكاتب الأمامية إلى وظيفتين أو موظفان يؤدون العمل برمته المتعلق بالمكاتب الأمامية.

٣. نوعية الإدارة:

المقصود هنا هل الإدارة التي تدير الفندق إدارة شخصية يتولاها مالك الفندق أو تم اللجوء إلى عقود الإدارة أو الامتياز. فشركات عقود الإدارة أو شركات الفنادق الدولية يكون لها أسلوب خاص بالإدارة والتنظيم الداخلي للفندق تقوم بتطبيقه على الفندق.

٤. توفر الكادر الإداري:

مدى توفر الكادر الإداري الفندقي المحترف يؤثر على بناء الهيكل التنظيمي للفندق . فالقصور بالكادر الإداري المؤهل يؤدي إلى تقليل في عدد الأقسام أو الإدارات أو الاتجاه إلى دمجها ببعضها البعض بعكس التوسع في حالة توفر وجاهزية الكادر الإداري المناسب لأخذ العمل.

٥. التطور التكنولوجي:

صناعة الفنادق تعتمد اعتماد كبير على العنصر البشري في تقديم الخدمة ودور العنصر البشري مهم في نجاح الفندق ولكن ذلك لايمنع من أهمية استخدام التكنولوجيا التي غزت جميع المحالات والأعمال والفنادق كان لها نصيب من الاستفادة من التقدم التقني والتكنولوجي. استخدام التكنولوجيا في الأعمال الفندقية أدى إلى تقليل الحاجة إلى العنصر البشري والاستغناء عن بعض الوظائف، فالعمل الذي كان يؤديه أكثر من عامل أو موظف أصبح من السهل أدائه بواسطة شخص وأحد فقط.

تمارين الوحدة

السؤال الاول:

اجب بصح أو خطأ على الفقرات التالية:

١. (   ) من أسباب نشؤ التنظيم الفندقي زيادة حدة المنافسة.
٢. (   ) الهيكل التنظيمي هو الاطار أو البناء الذي يحدد التركيبة الداخلية للفندق.
٣. (   ) الخريطة التنظيمية هي وسيلة ايضاح للتنظيم الخاص بالفندق.
٤. (   ) كلما قل حجم الفندق زاد حجم الهيكل التنظيمي للفندق.
٥. (   ) نوعية الخدمة لاتؤثر على الهيكل التنيمي للفندق.

السؤال الثاني:

اجب على الفقرات التالية:

١. هل الإدارة علم أو فن؟ ناقش هذه العبارة.
٢. ماهو المفهوم الشامل للإدارة؟
٣. ماهي الفئات التي يصنف اليها التخطيط؟
٤. ماهي الخطوات التي تتخذ عند اتخاذ القرارات؟
٥. عرف الهيكل التنظيمي؟
٦. ماهي العوامل التي تحكم وتؤثر على الهيكل التنظيمي؟

اجابة تمارين الوحدة

السؤال الاول:

اجب بصح أو خطأ على الفقرات التالية:

١. (صح) من اسباب نشؤ التنظيم الفندقي زيادة حدة المنافسة.
٢. (صح) الهيكل التنظيمي هو الاطار أو البناء الذي يحدد التركيبة الداخلية للفندق.
٣. (صح) الخريطة التنظيمية هي وسيلة ايضاح للتنظيم الخاص بالفندق.
٤. (خطأ) كلما قل حجم الفندق زاد حجم الهيكل التنظيمي للفندق.
٥. (خطأ) نوعية الخدمة لاتؤثر على الهيكل التنيمي للفندق.

السؤال الثاني:

١. **هل الإدارة علم أو فن؟ ناقش هذه العبارة.**

الإدارة علم وفن : فنحن إذا اعتبرنا الإدارة فن، فأنهذا لا يعني أن كار وجود العلم فيها، لان أي فن لا بد وان يعتمد على علم مساند، وأي فن لا بد له من علم ودراسة تصقله، كما أن العمل العلمي البحت عند تطبيقه عمليًا؛ فلا بد من وجود مهارات ومواهب معينة حتى يمكن تطبيقه بنجاح، وهذه المواهب والمهارات هي التي تمثل الجانب الفني لدى الممارس. والإداري في أي موقع أو مجال يحتاج للإلمام بعلوم أخرى بجانب خبراته الإدارية كالإحصاء والاقتصاد وعلم النفس، وغيرها من العلوم.

٢. **ماهو المفهوم الشامل للإدارة؟**

المفهوم الشامل :

١. العمل الإداري يتضمن مجموعة من الانشطة المتميزة، وهذه الانشطة يمكن تصنيفها إلى أربعة تصنيفات هي :
   ب- التخطيط
   ت- التنظيم
   ث- التوجيه
   ج- الرقابة

٢. العمل الإداري يتضمن الاستخدام الكفء والفعال للموارد التي تتعامل معها المنظمة وهي موارد بشرية، و مادية، و مالية، و معلوماتية.
٣. العمل الإداري هو عمل هادف يسعى لتحقيق هدفٍ محدد أو مجموعة من الأهداف.
٤.ان الإدارة ليست تنفيذًا للأعمال، بل أن الأعمال تنفذ بواسطة الآخرين.

٣- ماهي الفئات التي يصنف اليها التخطيط؟

و يمكن تصنيف التخطيط حسب الهدف منه أو اتساعه إلى ثلاث فئات مختلفة تسمى :

١. **التخطيط الإستراتيجي** : يحدد فيه الأهداف العامة للمنظمة.
٢. **التخطيط التكتيكي** : يهتم بالدرجة الاولى بتنفيذ الخطط الاستراتيجية على مستوى الإدارة الوسطى.
٣. **التخطيط التنفيذي** : يركز على تخطيط الاحتياجات لانجاز المسؤوليات المحددة للمدراء أو الأقسام أو الإدارات.

٤. ماهي الخطوات التي تتخذ عند اتخاذ القرارات؟

هناك عدد من الخطوات تتخذ عند اتخاذ القرارات، وهي:

١) تحديد المشكلة.
٢) تحليل المشكلة.
٣) تحديد المشكلة الرئيسة وتوابعها من الفرعيات.
٤) التوقيت الملائم للقرار.
٥) دراسة الحلول البديلة.
٦) اختيار أن سب الحلول.

٥. عرف الهيكل التنظيمي؟

يعرف الهيكل التنظيمي بأنه البناء أو الإطار الذي يحدد التركيبة الداخلية للفندق حيث أنه يبين التقسيمات والتنظيمات والأحداث الفرعية التي تقوم بمختلف الأعمال والانشطة التي يتطلبها تحقيق أهداف الفندق كما يوضح نوعية العلاقات بين أقسامها وخطوط السلطة وشبكات الاتصال فيها. والهيكل التنظيمي كبناء هرمي يعكس ترتيب الأقسام الفندقية ويتيح أفضل الظروف لتدفق الحركة بمختلف أقسام الفندق عن طريق تطبيق نظم العمل وأساليبه وإجراءاته.

٦. ماهي العوامل التي تحكم وتؤثر على الهيكل التنظيمي؟

١. نوع وحجم الفندق.
٢. نوع الخدمة المقدمة.
٣. نوعية الإدارة.
٤. توفر الكادر الإداري.
٥. التطور التكنولوجي.

صناعة الضيافة

أقسام الفندق

الجدارة: معرفة أقسام الفندق المختلفة.

الأهداف:

عندما تكمل هذه الوحدة تكون قادراً على:

١. معرفة دور المدير العام للفندق واهم مهامه.
٢. التعرف على أقسام الفندق.
٣. التعرف على الوظائف الموجودة بالفنادق.
٤. إدراك مهام وواجبات أقسام الفندق.

مستوى الأداء المطلوب: أن يصل المتدرب إلى الإلمام هذه الوحدة ١٠٠٪.

الوقت المتوقع: ١٥ ساعة.

الوسائل المساعدة:

١. المناقشة الفصلية.
٢. الإجابة على التمارين بآخر الوحدة.

متطلبات الجدارة:

الوحدة السابقة

أقسام الفندق

Hotel's Departments

ان نجاح أي منشاة يعتمد على مدى ارتباط جميع الإدارات والأقسام يبعضها أي العمل في ظل مايسمى بفريق العمل، لذا فلابد أن تعمل جميع الإدارات وكذا العاملين بها بأعلى مستويات الكفاءة للوصول إلى الهدف المنشود آلا وهو استعاد زبائن الفندق وزيادة المبيعات وتحقيق هامش ربح مرتفع مع تقليل تكاليف التشغيل. فالتعاون بين الأقسام المختلفة بالفندق ضرورية جداً إذا علمنا بأن أي خدمة تقدم إلى الضيف يساهم بها قسمين أو أكثر من أقسام الفندق.

والفندق وهو مؤسسة نشاطها إمداد العامة بتسهيلات إقامة مع تقديم خدمة أو أكثر من الخدمات التالية، خدمة الأغذية والمشروبات، خدمة الغرف، خدمة حاملي الحقائب، خدمة الغسيل، وخدمات استعمال المعدات والتجهيزات الخاصة بالعميل. وقد تم تصنيف أقسام الفندق إلى مجموعتين رئيستين وهما:

١. **المراكز المحققة للإيراد** : وهي الأقسام التي تبيع خدمات ومنتجات للعملاء وبهذا تولد إيراد ، وهي:
   - قسم المكاتب الأمامية.
   - الأغذية والمشروبات.
   - خدمة الغرف.
   - التليفونات.
   - المغسلة.
   - النادي الصحي.
   - مركز رجال الأعمال.

٢. **المراكز المدعمة**: وتسمى مراكز التكلفة فهي لاتحقق إيراد ولكنها تقدم دعم للمراكز المحققة للإيراد ، وهي:
   - إدارة الموارد البشرية.
   - التسويق.
   - المشتريات.
   - المحاسبة.

- الصيانة.
- والأمن.

ولكن قبل استعراض هذه الأقسام يجب التطرق إلى وظائف المدير العام للفندق ونائب المدير.

المدير العام General Manager

المدير العام هو العضو التنظيمي المسئول عن تكامل وتنسيق عمل الأخرين، ويعني ذلك أن المدير هو الشخص المسئول عن الأداء المتعلق بعمل فرد أو أكثر من العاملين بالفندق والذين يطلق عليهم المرؤوسين، كما هو المسئول عن تطوير وتحقيق خطط الفندق و يجب أن يتميز المدير بالصفات القيادية لغرض تنسيق جهود وأعمال كل الأقسام ووضعها في إطار تقديم أفضل خدمة مميزة للضيوف. ومن أهم واجباته:

١- تحقيق الأهداف المالية للفندق من خلال تنظيم وتنسيق عمل الأفراد معه.
٢- تطوير الخطط الموضوعة للوصول لأهداف الفندق.
٣- اختيار المرشحين الجدد لرئاسة الأقسام على ضوء احتياجات الأقسام.
٤- دراسة ومناقشة تقارير التشغيل بعناية.
٥- وضع نظام جيد للاتصالات ويكون هدفه توصيل التعليمات إلى العاملين.
٦- ضمان رضا العاملين.

مساعد المدير العام Assistant General Manager

ينوب عن المدير العام في حالة غيابه ويعمل على التنسيق بين مدراء الأقسام لغرض أن جاز الأهداف المحددة من خلال التشغيل الجيد والفعال من كافة أقسام الفندق، وهو همزة وصل بين المدير العام وبينهم. وتقع على عاتقة مسئولية كبيرة وهي تطوير وتنفيذ الخطط الموضوعة، وكلما كانت الخطط واضحة كلما كان عمله أسهل وكانت عملية الإشراف على الأقسام أسهل كما يجب على مساعد المدير العام أن يتواجد في كل مكان في الفندق لغرض الإشراف على التشغيل والحصول على التغذية العكسية وتوفير المساعدة إلى مدراء الأقسام.

قطاع الغرف Room Division

قطاع الغرف يعتبر من أهم الأقسام الفندقية والتي توليه إدارة الفندق العناية الكبرى كون أكثر من ٦٠٪ من دخل الفندق يحقق من خلال قطاع الغرف وهو اول ركيزة مادية إستراتجية للفندق فمن الطبيعي أن يحظى بالعناية الخاصة من قبل إدارة الفندق.

ويشمل هذا القطاع عدد من الأقسام كما هو موضح بالهيكل التنظيمي، وهي:

- قسم المكاتب الأمامية.
- قسم التدبير الفندقي.
- قسم الهاتف.
- قسم المغسلة.



شكل (٥- ١) إدارة الغرف

أ- مدير إدارة الغرف **Room Division Manager**

مسئول بشكل عام على أن تاجية كل الأقسام التابعة له، وتنسيق النّشاطات بينهم.

المهام والواجبات :

١) ضمان مستوى مثالي لتشغيل الغرف كي يتماشى أو يفوق التوقعات.

٢) يضمن مستوى نموذجي للخدمات ويضع البرامج الخاصة لتدريب رؤساء الأقسام والموظفين والعمال بصفة مستمرة.

٣) يحلل الأداء المالي لأقسامه.

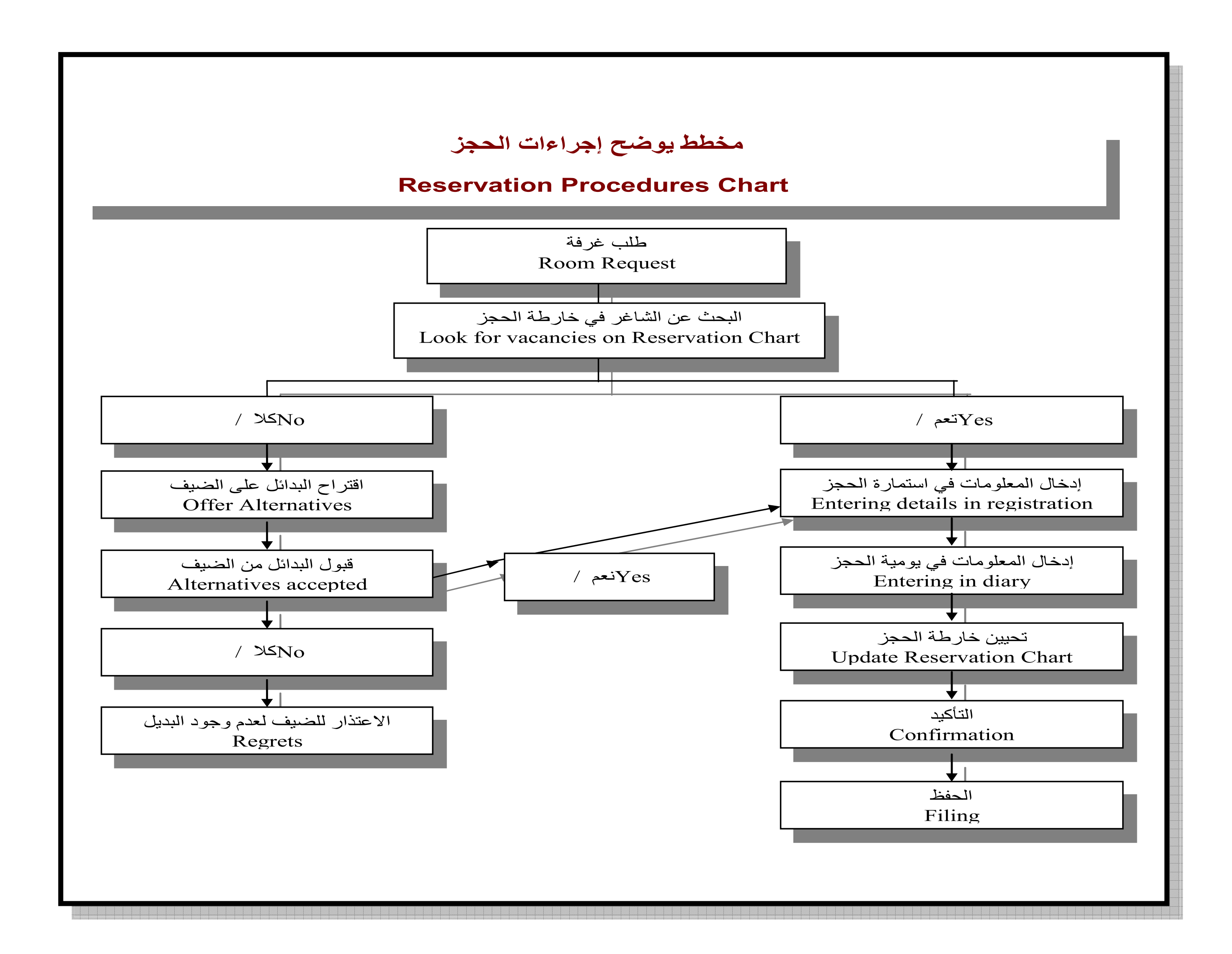
٤) يجهز الميزانية وخطة العملِ السنوية.
٥) يتابع اهتمامات الضيوف واقتراحاتهم.
٦) يحضر اجتماعات الإدارة العامة.
٧) يجتمع برؤساء أقسامه بصفة دورية.
٨) يحضر اجتماعات أقسامه.

المميزات الشخصية:

١) القدرة على التخطيط وحل المشاكل.
٢) توفر مهارات الاتصال الجيد والمعرفة بالأمور المحاسبية.
٣) الشخصية القيادية.
٤) القدرة على التحمل والعمل تحت ضغوط العمل خصوصاً في اوقات نسب الإشغال العالية.

ب- قسم الحجز Reservation

الحجز هو أحد الأقسام التابعة لقطاع الغرف والتي تلعب دوراً مهماً، فمن خلال هذا القسم يستطيع العملاء الاستفسار عن أن واع وأسعار الغرف المتاحة بالفندق، وكذلك الاستفسار عما يقدمه الفندق من عروض تسويقية كعروض الإقامة أو العروض الترويجية للمطاعم والبوفيهات. ويتطلب من العاملين بهذا القسم المعرفة التامة بكافة الخدمات ومرافق الفندق بالإضافة إلى المهارة والاحتراف في البيع.



شكل (٥- ٢) إجراءات الحجز

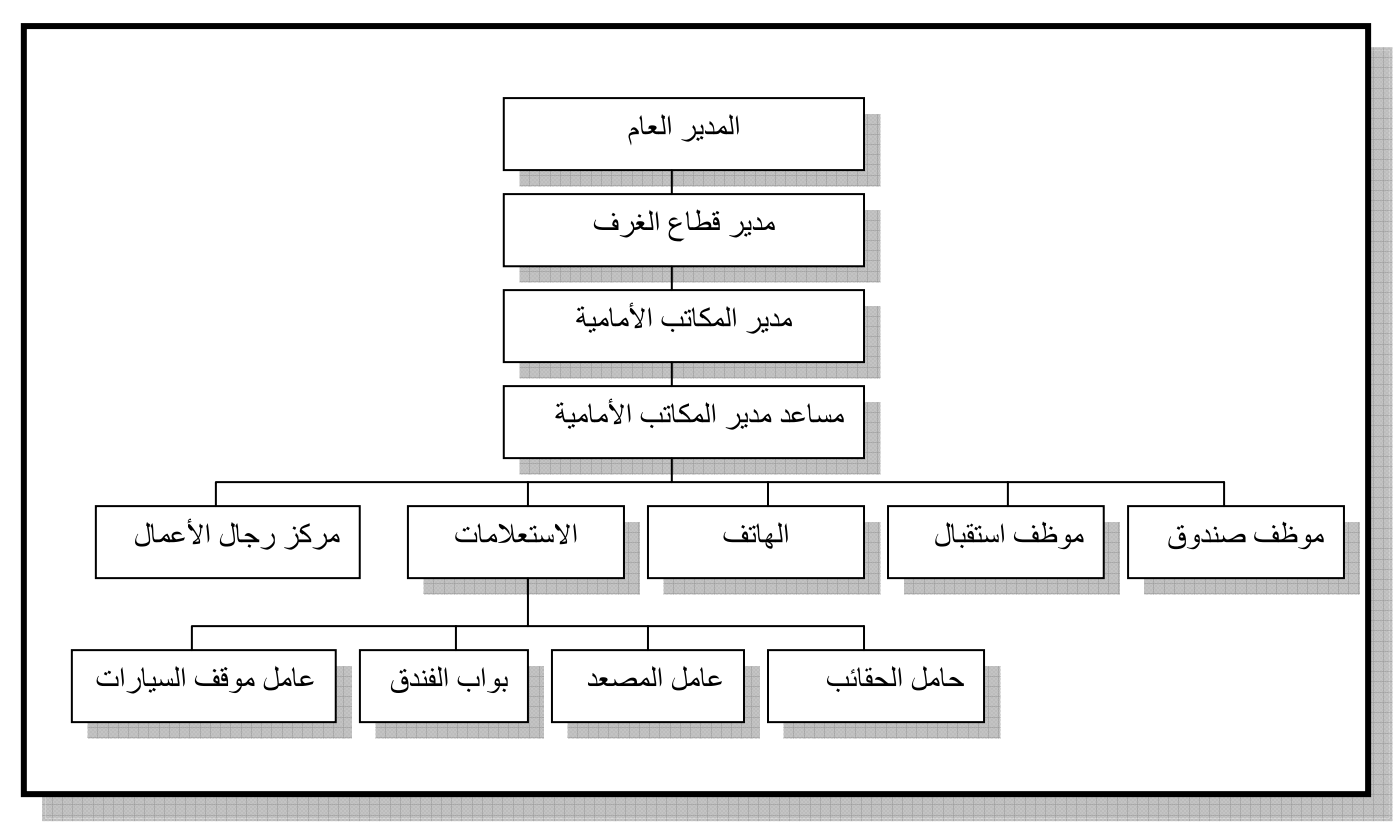
بعض وظائف الحجز:

- استلام طلبات الحجز.
- مقابلة طلبات الحجز بالمتوفر.
- اقتراح البدائل على الضيف في حالة عدم توفر طلبه.
- تسجيل بيانات الحجز.
- تأكيد الحجوزات.
- التنسيق مع قسم المبيعات والتسويق.
- العمل على تحقيق خطط الفندق بزيادة المبيعات.
- عمل التقارير بالحجوزات ورفعها إلى مدير المكاتب الأمامية.

تجهيز الحجوزات اليومية وإرسالها إلى قسم الاستقبال للاستعداد لاستقبال الضيوف.

ج - قسم المكاتب الأمامية Front Office

قسم المكاتب الأمامية يعد مركز العصب بالنسبة للعملية التشغيلية ويتوقف علية إلى حد كبير نجاح أو فشل الفندق، فهو حلقة الاتصال بين نزلاء الفندق والإدارة وهو اول مكان يتصل به النزيل عند دخوله إلى الفندق لحجز غرفته وتسكينه كما أنه أخر مكان يقف عنده النزيل لسداد تكاليف إقامته. الانطباع الاول والجيد للضيف بالنسبة للفندق مهم جداً وهذا السبب نشاهد اليوم أن اغلب الفنادق تركز على الأثاث والديكور ونوعية العاملين في المكاتب الأمامية، وطريقة تعاملهم مع الضيوف.



شكل (٥- ٤) قسم المكاتب الأمامية

قبل التحدث عن الوظائف الموجودة بقسم المكاتب الأمامية، نود التعرف على العوامل التي أعطت أهمية قصوى لهذا القطاع، وهي:

- يبدأ في أن شاء علاقة مع النزيل من قبل وصوله للفندق عن طريق الحجز.
- اول من يقابل النزيل عند دخوله واول من يستقبله عن طريق قسم الاستقبال.

- يكون على اتصال مستمر بالنزيل طوال فترة إقامته.
- يحاسب النزيل عند مغادرته .
- يودع النزيل عند المغادرة بالنيابة عن إدارة الفندق.
- يقوم بالاتصال المستمر بالضيف بعد مغادرته للفندق عن طريق المراسلات.

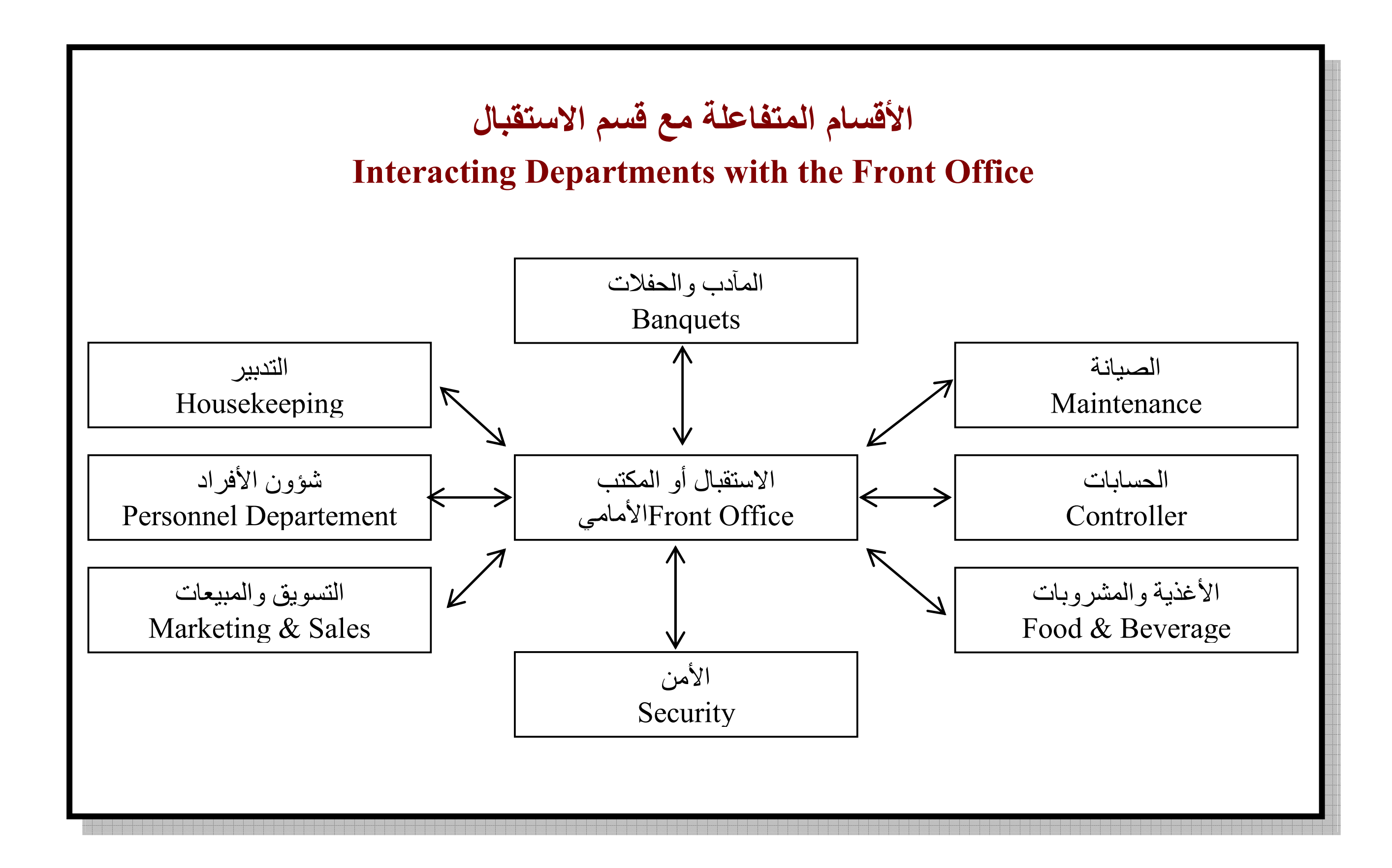
١) مدير المكاتب الأمامية Front Office Manager

الرئيس المباشر: مدير قطاع الغرف

يحتل مدير المكاتب الأمامية الهرم التنظيمي للمكاتب الأمامية وتقع على عاتقه مسؤولية كبيرة ومهام جمة تتعلق بادرة وتنظيم العمل بالمكاتب الأمامية والعمل على زيادة المبيعات والمساهمة الفعالة في تحقيق أهداف الفندق. وهنا بعض مهامه ومسؤولياته:

- مسئول عن مراجعة مختلف التقارير التي يرفعها الاستقبال بشأن الغرف.
- الترحيب بالشخصيات المهمة ويرافقها إلى غرفها.
- التأكد من صحة كشوف أسماء الشخصيات المهمة.
- تناول كل مشاكل النزلاء التي تتصل بالمكاتب الأمامية.
- مراجعة التقارير المختلفة التي ترد من قسم الحجز.
- تناول جميع مراسلات قسم الحجز.
- متابعة أن واع وطرق الحجز المستخدمة بالفندق.
- التأكد من تحقيق أهداف التشغيل. تطوير وتنفيذ الدورات التدريبية.
- وضع الخطط ومراقبة نفقات القسم.
- ضبط نفقات العمل وتقليل التكلفة إلى أقل قدر ممكن.
- المشاركة في خطة العمل السنوية والإعداد للميزانية.
- زيادة حجم المبيعات للغرف.
- رفع التقارير المتعلقة بالمكاتب الأمامية إلى مدير قطاع الغرف.
- القيام فيما يتعلق بالتنبؤ بنسبة الإشغال والعائدات.
- عمل مسح للأسواق مرتين كل سنة على الأقل.
- الإشراف على الأداء الفردي للعاملين بالمكاتب الأمامية.
- التنسيق مع شئون الموظفين فيما يخص تعيين وتدريب العاملين بالمكاتب الأمامية.

قسم المكاتب الأمامية يعتبر وحدة الاتصال المهمة بين الضيوف وباقي الأقسام الأخرى لتقديم خدمات للضيوف أو العمل على بعض المشاكل التي تواجه الضيوف، فهناك اتصال دائم ومستمر بين الاستقبال ومعظم أقسام الفندق الأخرى وذلك كما موضح في الرسم البياني التالي.



شكل (٥- ٥) الأقسام المتفاعلة مع قسم الاستقبال

٢) قسم الاستقبال **Reception**

قسم الاستقبال يعتبر القلب النابض للمكاتب الأمامية فمن خلاله تدار معظم عمليات المكاتب الأمامية ويتم تنفيذ معظم الخدمات للضيوف فهو يتولى عملية الاستقبال والترحيب بالعميل وتسكينه والتنسيق لتنفيذ الخدنات له. كما يتولى هذا القسم عمل إجراءات المغادرة بالإضافة إلى عمل التقارير اليومية التي يعدها المراجع الليلي وترفع إلى إدارة الفندق.

هنا بعض الأعمال التي يؤديها قسم الاستقبال وهي:

- تحية النزلاء والترحيب الجيد بهم.

- بيع الغرف واستلام طلبات الحجوزات.
- التنسيق مع قسم الإشراف الداخلي لتجهيز الغرف المحجوزة خلال اليوم.
- تسجيل بيانات النزلاء وتخصيص الغرف لهم.
- استلام أي طلبات إضافية من النزلاء والعمل على تنفيذها.
- الاستعداد لاستقبال النزلاء المتوقع وصولهم وخصوصاً الشخصيات المهمة.
- استلام وتوزيع الرسائل وطرود البريد على النزلاء أثناء تواجدهم بالفندق أو حجزها لهم لحين وصولهم أو إرسالها إلى عناوينهم في حالة مغادرتهم.
- العمل على زيادة مبيعات الغرف والترويج لمبيعات الأقسام الأخرى كالأغذية والمشروبات والغسيل والكي.
- التعامل مع شكاوى ومشاكل النزلاء والعمل على حلها وإرضاء النزلاء.
- عمل التقارير اليومية عن نسب الإشغال وعدد النزلاء ومتوسط سعر الغرف وغيرها من التقارير ورفعها إلى مدير المكاتب الأمامية.
- إخطار قسم الإشراف الداخلي عن أي تغيير في إشغال الغرف وحالتها.
- التعاون مع كافة الأقسام الأخرى بالفندق للوصول بسمعة الفندق.

بما أن من أهم الأعمال التي يؤديها قسم الاستقبال هو عمليات التسكين للضيوف فور وصولهم فإن هناك بعض القواعد العامة التي يجب أن يعيها موظف الاستقبال عند شغل الغرف وهي:

أ) إشغال الغرف التي في الطوابق الاولى اولا ثم الغرف التي في الأدوار التي تليها وذلك من أجل تركيز الخدمة في أدوار معينة.

ب) عرض الغرف التي تناسب أسعارها مع نوعية العميل.

ت) عدم إرباك العميل بعرض مجموعات مختلفة من الغرف والاقتصار على نوع أو نوعين من الغرف.

ث) مراعاة أن الأسر يفضلون الغرف المتصلة أو على الأقل غرف متجاورة.

ج) مراعاة كبار السن عند اختيار الغرف فهم لايفضلون صعود السلالم أو المشي لمسافات طويلة في ممرات الغرف، مما يعنى اختيار الغرف في الأدوار الاولى والقريبة من المصعد.

ح) قبل اختيار الغرفة يفضل سؤال العميل عن المنظر التي تطل عليه الغرفة.

خ) عدم التركيز على بيع الغرف مرتفعة السعر وإهمال رغبات العميل.

٣) الاستعلامات Concierge

هذا القسم يختص بالعديد من المهام منها توفير المعلومات التي يمكن أن يحتاج إليها الضيوف عن المدينة والنشاطات التجارية والترفيهية التي قد تحصل بالمدينة التي بها الفندق، كما يهتم هذا القسم بالاحتفاظ بجداول رحلات الطيران والقطارات وإرشاد السياح إلى الأماكن السياحية بالمدينة. وتحت هذا القسم يأتي قسم خدمات الزي الموحد والتي من خدماتهم حمل الحقائب للنزلاء فور وصولهم إلى الفندق وتوصيلها إلى غرفهم وكذلك أن زالها عند أن تهاء إقامتهم ومغادرتهم للفندق. ومن واجبات العاملين بهذا القسم حسن مقابلة النزلاء عند دخولهم الفندق وتوصيلهم إلى الاستقبال، وتعريف النزلاء بالخدمات المقدمة بالغرفة وكيفية استخدامها، ومن أمثلتها طرق تشغيل التكيف، وفتح وغلق النوافذ، وتشغيل التلفاز والبرامج الملحقة به، وكيفية الاتصال بالأقسام الهامة مثل خدمة الغرف والاستقبال. من الوظائف الموجودة بهذا القسم هي:

أ) حامل الحقائب.

ب) بواب الفندق.

ت) عامل المصعد.

٥) مركز رجال الأعمال Business Centre

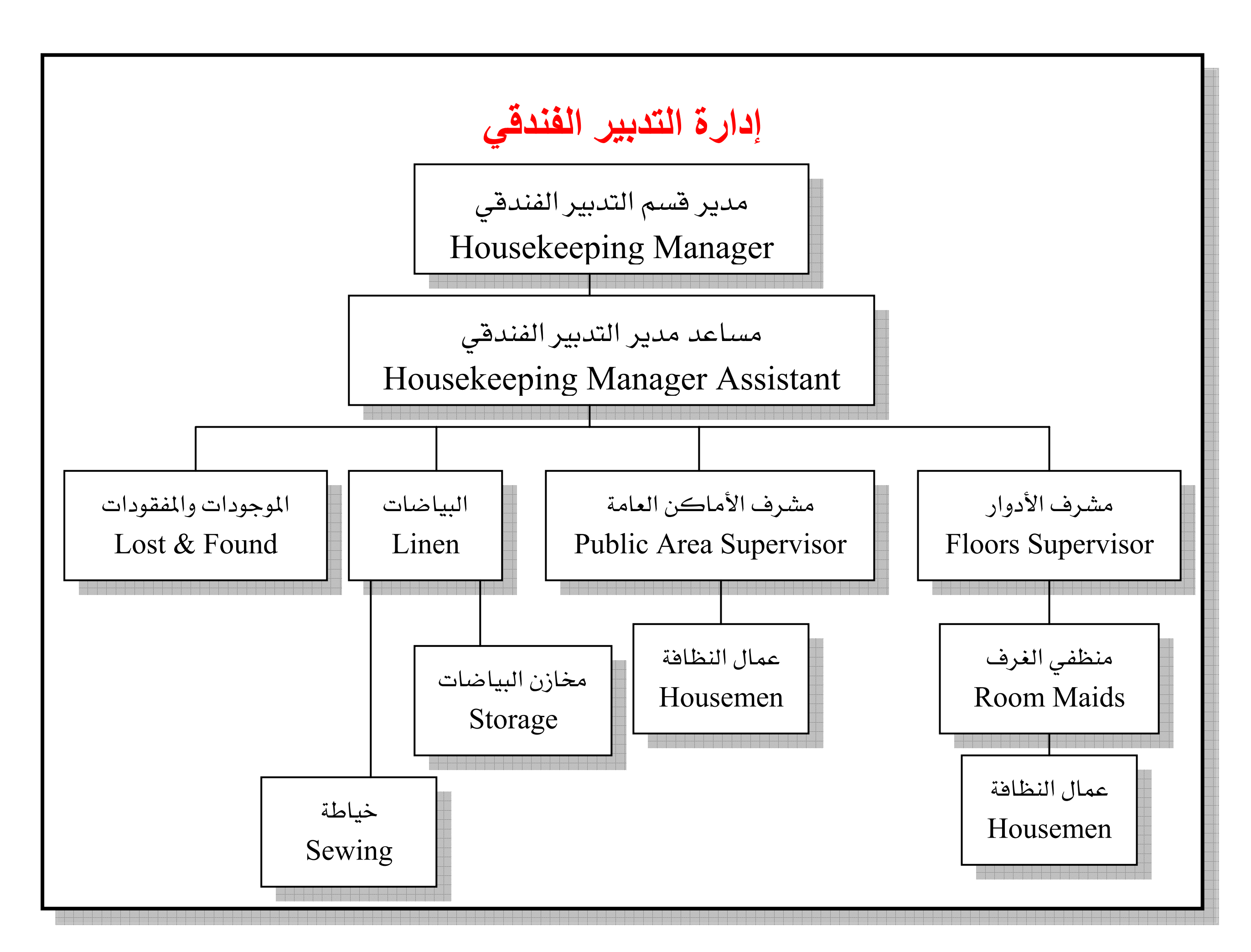
مركز رجال الأعمال وأحد من المكاتب التابعة للمكاتب الأمامية والذي غدا من الخدمات المهمة التي يجب أن توفرها جميع الفنادق في يومنا الحاضر بمختلف درجاتها أو تصنيفاتها. يعنى هذا المركز بتقديم الخدمات لرجال الأعمال ومرتاديه مثل خدمات الكمبيوتر والإنترنت، الطباعة، الترجمة، الفاكسات، والتلكسات وتنفيذ معظم الأعمال السكرتارية للنزلاء.

د- **قسم التدبير الفندقي** Housekeeping Department

يعتبر قسم التدبير الفندقي من أهم الأقسام الموجودة بالفندق نظراً لتشعب واجباته وتعدد المسؤوليات التي تتصل مباشرةً بنجاح عملية التشغيل في الفندق. فهو القسم المسئول عن نظافة الغرف والمناطق العامة في الفندق وكذلك مكاتب العاملين والمناطق الخاصة بهم ما عدا المطبخ، كما أنه مسئول عن توفير البياضات والمفروشات والأزياء الموحدة للموظفين ونظافتها، ويعتر هذا القسم صاحب أكبر نسبة من العمالة بين الأقسام نظرا لكبر حجم العمل الذي يقع على عاتقه.

مدير عام الفندق هو المسئول عن تحديد الأماكن التي يتولى قسم التدبير الفندقي تنظيفها في الفندق، وعموماً قسم التدبير الفندقي مسئول عن تنظيف الأماكن التالية:

غرف النزلاء – الممرات – حمامات السباحة – مكاتب الإدارة – المخازن – غرفة البياضات والخياطة – غرفة الغسيل – مناطق الفندق الخلفية مثل غرفة ملابس العاملين – المطاعم – قاعات الاجتماعات – النادي الصحي – بهو الفندق – مداخل ومخارج الفندق وغيرها.



شكل (٥- ٦) إدارة التدبير الفندقي

مسؤوليات قسم التدبير الفندقي:

من أهم مسؤوليات قسم التدبير الفندقي هي مشاركة مدير الفندق في العمل على رفع نسبة الإشغال والمحافظة عليها من خلال العناية بنظافة الغرف وترتيبها وصيانتها. كما يعتبر مدير التدبير

الفندقي مسئول عن خفض تكاليف التشغيل عن طريق المحافظة على منقولات الفندق وأثاثه واستعمال الطرق والمواد المناسبة في صيانة هذه المنقولات.

ومن المسؤوليات أيضا:

- تحقيق مستوى عالي من النظافة والمحافظة عليها.
- تبليغ قسم الصيانة عن أي عطل في أسرع وقت.
- إبقاء جميع المناطق العامة نظيفة وجذابة.
- توفير إمدادات كافية من البياضات والزي الموحد وأدوات النظافة.
- ضمان نظافة جميع أماكن الخدمة وأماكن العاملين.
- نظافة جميع الممرات وإزالة العقبات بها.
- مسك السجلات اللازمة لعملية تشغيل قسم التدبير بفاعلية.
- السيطرة على مصروفات القسم.
- جدولة العاملين حسب نسب الإشغال الجارية.

باعتبار أن قسم التدبير الفندقي من أكبر الأقسام الموجودة بالقسم وبناء على الهيكل التنظيمي لهذه الإدارة نرى أن هناك العديد من الوظائف التي يشملها هذا القسم، لذا كان لزاماً من عمل توصيف وظيفي لكل وظيفة من هذه الوظائف تحدد الشروط والمهارات الواجب توافرها في شاغل الوظيفية، الارتباط الإداري لهذه الوظيفة، واجبات ومسئوليات هذه الوظيفة. كما يتم منح كل عامل في إدارة التدبير الفندقي نسخة من التوصيف الوظيفي لوظيفته ليتمكن من معرفة واجباته ومسئولياته.

الواجبات الأساسية واهم الأعمال لمدير التدبير الفندقي:

١. مسئول عن نظافة جميع غرف الفندق والأماكن العامة والمناطق الخلفية والخارجية للفندق.
٢. مسئول عن تخطيط وتوجيه ومراقبة قسم التدبير الفندقي والغسيل والكي بطريقة سلسة وفعالة.
٣. مسئول عن توفير بيئة مأمونة ومنظمة لكل من النزلاء والعاملين بالقسم.
٤. مسئول عن صيانة أثاث وأجهزة ومعدات كل غرفة.
٥. عمل المقابلات الشخصية وتعيين الموظفين بالقسم.
٦. تفتيش جميع نواحي الفندق.
٧. مسئول عن شراء مستلزمات وأدوات القسم.
٨. الإشراف على قسم المفقودات والموجودات.
٩. المشاركة في إعداد الميزانية السنوية للفندق.

١٠.حل مشاكل النزلاء ويلبي طلباتهم.
١١.صيانة جميع التجهيزات والمعدات المتاحة.
١٢.مراقبة مصروفات القسم.
١٣.عمل جداول العمل وتوزيع العاملين عليها.
١٤.تعزيز وسائل اتصال خصبة داخل القسم ومع الأقسام الأخرى.
١٥.وضع برامج تدريبية لرفع مستوى أداء الموظفين.

هـ- قسم المغسلة **Laundry**

قسم المغسلة يعتبر من الأقسام الإرادية المهمة في الفندق، في بعض الفنادق يرتبط قسم المغسلة مع قسم التدبير الفندقي وتبعه إداريا وفي بعض الفنادق يكون قسم المغسلة قسماً مستقلاً، وفي البعض الأخر من الفنادق يتم الاعتماد على المغاسل الخارجية بدلاً من عمل قسم خاص بالمغسلة وذلك يكون أما لعدم توفر مساحة كافية بالفندق لقسم المغسلة أو توفير تكلفة أن شأ القسم وتجهيزه واستغلال السيولة المخصصة للمغسلة في أي أعمال تطويرية أو تشغيلية أخرى.

أهم مهام هذا القسم كما اوردها الدكتور ماهر عبدالعزيز في كتابه، هي:

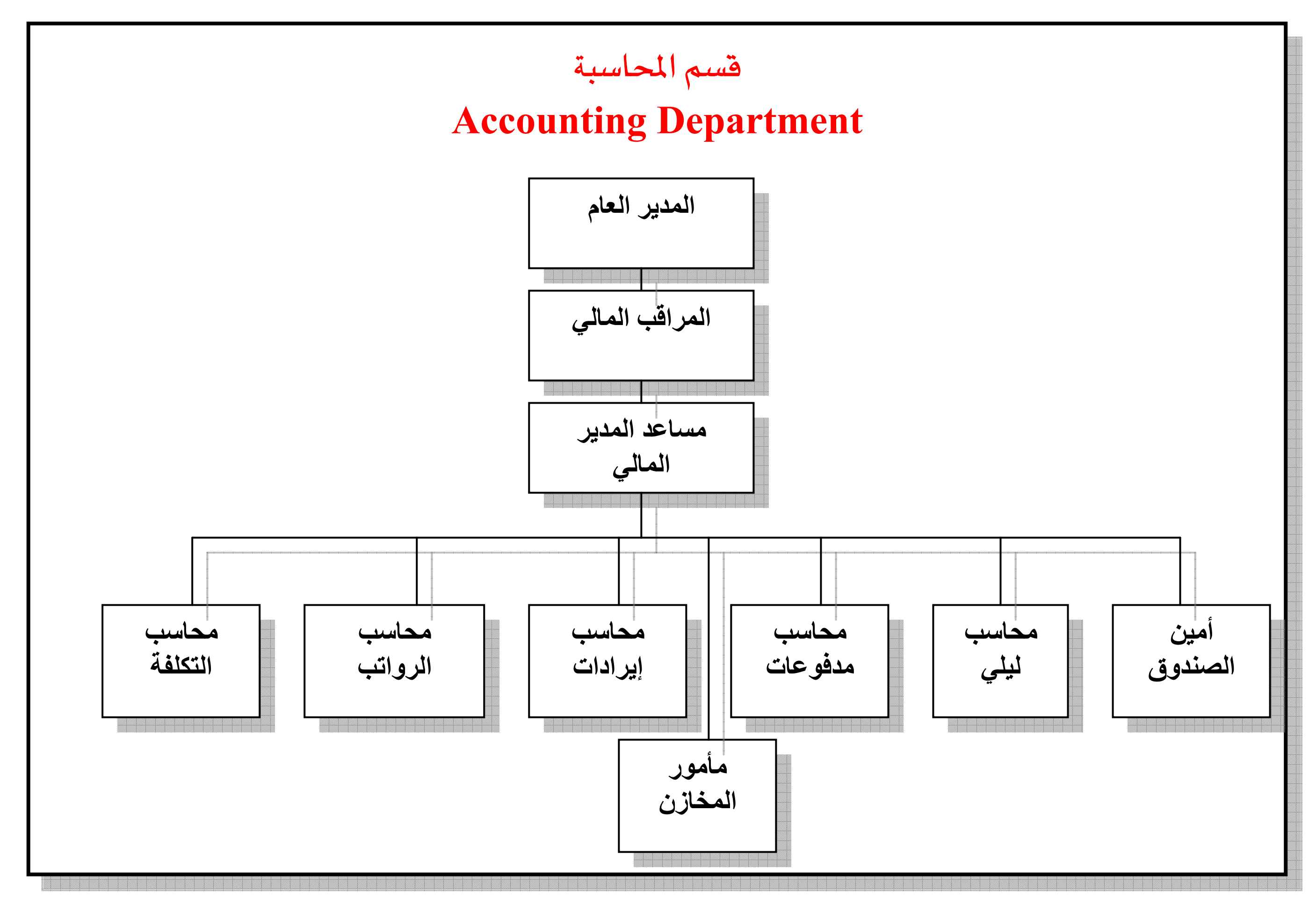
- غسل وتنظيف وكوي جميع بياضات الفندق.
- غسل وتنظيف وكوي جميع الزي الموحد للعاملين في الفندق.
- غسل وتنظيف وكوي ملابس الضيوف مقابل اجر معين.
- في بعض الحالات غسل وكوي ملابس المواطنين من خارج الفندق مقابل اجر معين.

ويتم توزيع العاملين بقسم المغسلة على النحو التالي:

- عمال إزالة البقع.
- عمال الغسيل.
- عمال الكوي.
- عمال الطي.
- عمال التفتيش.
- عمال التوزيع.
- الخياط.

قسم المحاسبة Accounting Department

تعتبر هذه الإدارات من أهم الإدارات أيضا داخل المنشاة الفندقية، إذ تختص بإعداد وتسجيل جميع العمليات المحاسبية بالفندق. كما تقوم هذه الإدارة بإعداد الحسابات الختامية، والمركز المالي والميزانية العمومية للفندق. كما تمتد مسؤولياتها إلى مراقبة الإيرادات التي تدخل يومياً في حسابات الفندق ومراقبة تكاليف التشغيل الخاصة بكل إدارة، ومن أهمها تكاليف الأغذية والمشروبات. وفي كثير من الفنادق يكون هناك قسم لمراقبة تكاليف الأغذية والمشروبات يرأسه مراقب الأغذية والمشروبات ويعمل معه مساعدين للقيام بأعمال المراقبة وهذا القسم يتبع إدارة المحاسبة، ويقوم مراقب الأغذية والمشروبات بتقديم تقرير شهري يوضح نسبة التكاليف الكلية لقسم الأغذية والمشروبات. ويرأس قسم المحاسبة المدير المالي ويعاونه محاسبين ومراجعين وأمناء الصندوق وموظفي الحسابات.



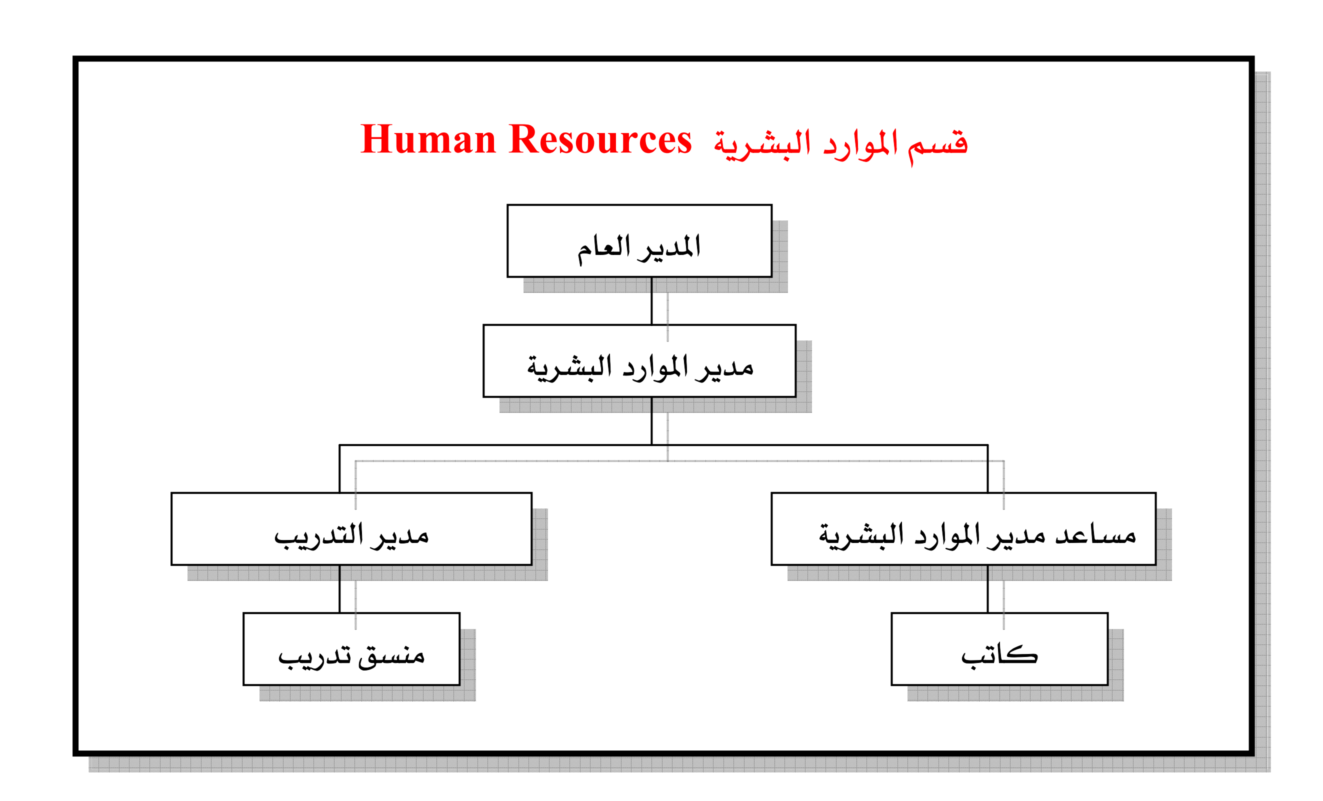
شكل (٥- ٧) قسم المحاسبة

يقسم عمل قسم المحاسبة إلى عدة أقسام وهي:

- الغرف والتليفونات وإيرادات أخرى.
- حسابات المصروفات لتسجيل وترحيل وتدقيق كافة مصروفات الفندق.
- حسابات الرواتب لحساب ودفع رواتب الموظفين والعلاوات والمكافآت.
- قسم المشتريات والاستلام والمخازن.

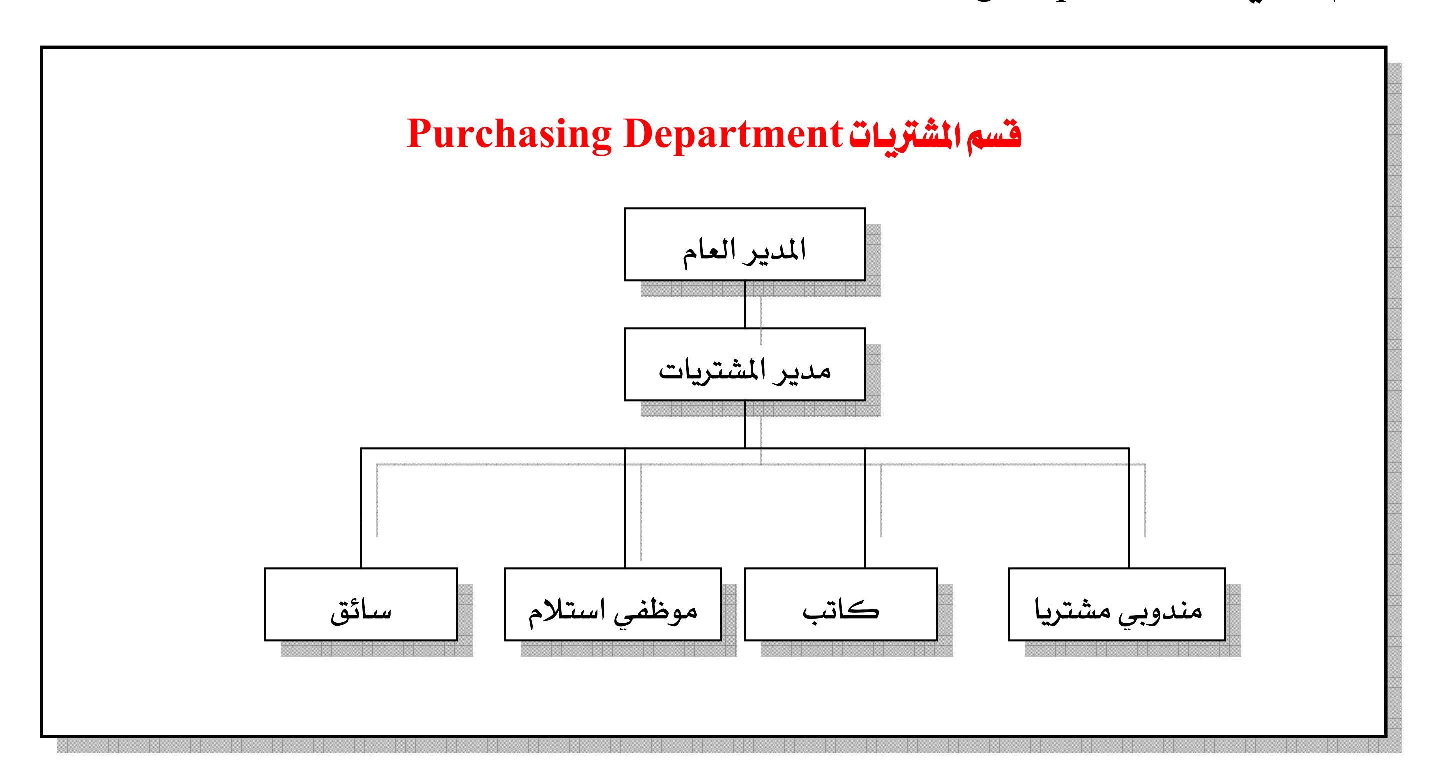
قسم الموارد البشرية Human Resources

تختص هذه الإدارة بجميع العمليات الخاصة بتعيين وترقية العاملين وتقديم البرامج لرفع مستوى كفاءتهم المهنية. ويقوم هذا القسم بحفظ ملفات العاملين تبعاً للإدارات المختلفة كما تقوم أيضا بأجراء أنهاء الخدمة أو الفصل إذا ما تطلبت الأمور ذلك. وتمتد مسئولية هذا القسم لتشمل عمليات التدريب وتطوير أداء العاملين بالإدارات المختلفة داخل الفندق. كما يتولى هذا القسم التأمين على العاملين وإعداد التقارير عنهم شاملة تقارير الأداء.



شكل (٥- ٨) هيكل تنظيمي لقسم الموارد البشرية

قسم المشتريات Purchasing Department



شكل (٥- ٩) هيكل تنظيمي لقسم المشتريات

تختص هذه الإدارة بشراء جميع متطلبات الفندق من أجهزة ومعدات وأثاث وأغذية ومشروبات بالإضافة إلى المتطلبات الإدارية من اللوازم المكتبية. ومن أهم أهدافها سرعة توفير جميع احتياجات ومتطلبات الإدارات بكميات تكفي حاجاتها بجودة مرتفعة وأسعار منخفضة.

ومن أهم مهام هذا القسم:

- شراء كافة احتياجات الفندق من أطعمة ومشروبات وبياضات ومواد تنظيف وأثاث وأجهزة ومعدَات ...إلخ
- شراء البضائع بأرخص الأثمان وأعلى جودة ممكنة وفي الوقت المناسب إذ أثبتت أبحاث عديدة في الفنادق، أن ارتفاع أو أن خفاض نسب الأرباح يرجع سببه إلى حسن أو سوء تصرَف قسم المشتريات.
- السيطرة بقدر المستطاع على الموجود النقدي (Cash Flow) بالفندق.
- دراسة السوق وزيارة مصانع أو مخازن المورَدين.
- الحصول على أسعار الموردين.
- اختيار أفضل مصادر التوريد.

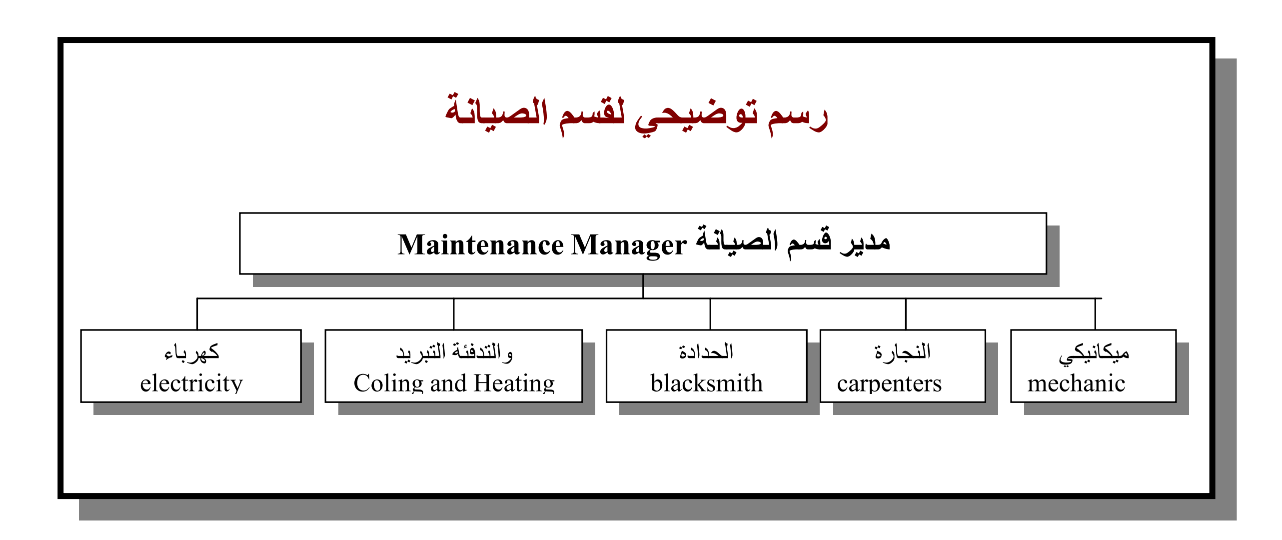
- مناقشة المشاكل مع المورَدين.
- إعداد قوائم الاحتياجات من البضائع والمواد المراد شرائها بالتعاون مع الأقسام المختلفة بالفندق.
- إبقاء المنافسة بين المورَدين
- السيطرة على الكلفة.

قسم الصيانة Maintenance

تختص هذه الإدارة بجميع عمليات الصيانة داخل المنشاة الفندقية. ومن أهم واجباتها ومسؤولياتها سرعة التنفيذ وكفاءة الأداء لجميع المهام التي تطلب منها، وذلك لضمان توفر كافة سبل الراحة والاستمتاع للضيوف أثناء إقامتهم في الفندق، كما تعمل هذه الإدارة أيضا على مراقبة تكاليف الطاقة المستهلكة بالمنشأة، وإيجاد الطرق المثلى لتقليل هذه التكاليف وبالتالي تعظيم أرباح الفندق دون إخلال بمعايير جودة التشغيل.

ويضم هذا القسم التخصصات التالية:

١. السباكة والنجارة.
٢. الدهانات والنقاشين.
٣. صيانة المبنى والأعمال المدنية.
٤. الكهرباء والميكانيكا والقوى المحركة.



شكل (٥- ١٠) قسم الصيانة

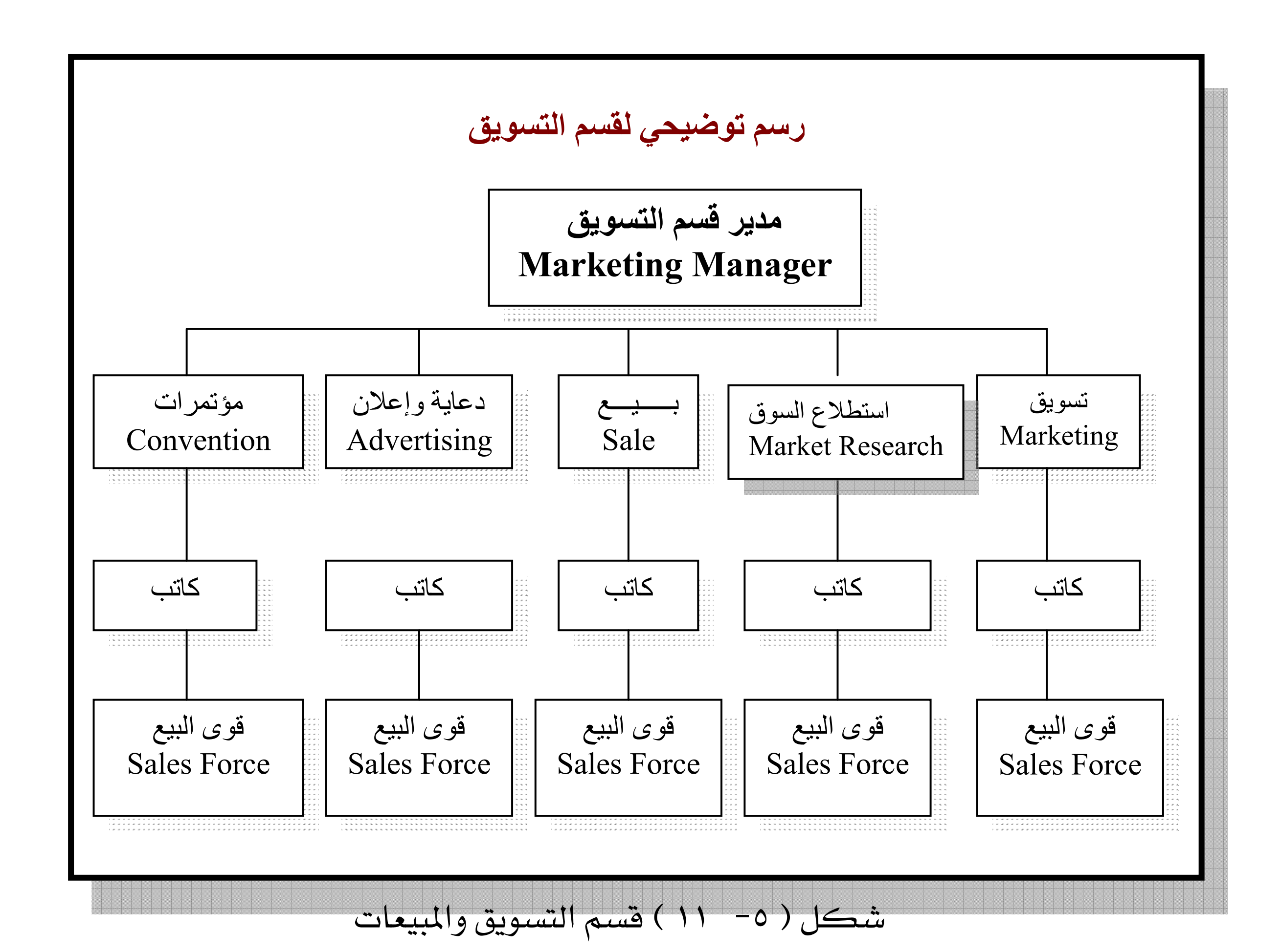
ومن المهام الرئيسة لهذا القسم:

- الصيانة العامة والتصليح.
- السيطرة على الطاقة والتقليل من هدرها.
- مراقبة الانوار والأجهزة الكهربائية.
- السباكة للتأسيسات الصحية والمواسير.
- مراقبة أجهزة التدفئة والتبريد.
- المساهمة في تغيير الديكورات وتصليح الأثاث.
- القيام بأعمال الحدادة والنجارة.
- مراقبة تشغيل وصيانة الأجهزة والمعدات.
- مراقبة تشغيل أجهزة الأمان والطوارئ والاتصال بالشركات المصنعة لهذه الأجهزة والمعدات لغرض توفير قطع الغيار الضرورية.

قسم التسويق والمبيعات Marketing & Sales Department

هذا القسم يختص بالقيام بالانشطة التسويقية الهامة مثل دراسة وتحليل اتجاهات السوق ومعرفة احتياجات ومتطلبات الزبائن وقدراتهم الشرائية ورسم الخطط التسويقية بناءاً على نتائج الدراسة. وتقوم إدارة التسويق أيضا بوضع سياسات وإجراءات دفع وتنشيط المبيعات للخدمات الفندقية المختلفة وخاصة الغرف والأغذية والمشروبات. كما أن في كثير من الفنادق تأخذ هذه الإدارة على عاتقها مسؤولية تنشيط المبيعات للحفلات والمؤتمرات والاجتماعات، كما تقوم بعمل خطط الدعاية والإعلان وتنفيذها من خلال الوسائل الإعلامية المختلفة.

ويقوم هذا القسم أيضا بعمليات البيع الشخصي للخدمات الفندقية من خلال مندوبي المبيعات الذين يتصلون بالشركات السياحية ومكاتب الحجز وكبار العملاء كالاندية الرياضية وكبار رجال الأعمال والشركات لإقناعهم بالتعامل مع الفندق. ويطلق على مندوبي المبيعات في الفندق القوى البيعيه ويجب أن يتمتع مهارات تفاوضية وشخصية عالية للتعامل مع مختلف قطاعات السوق المستهدف للفندق.



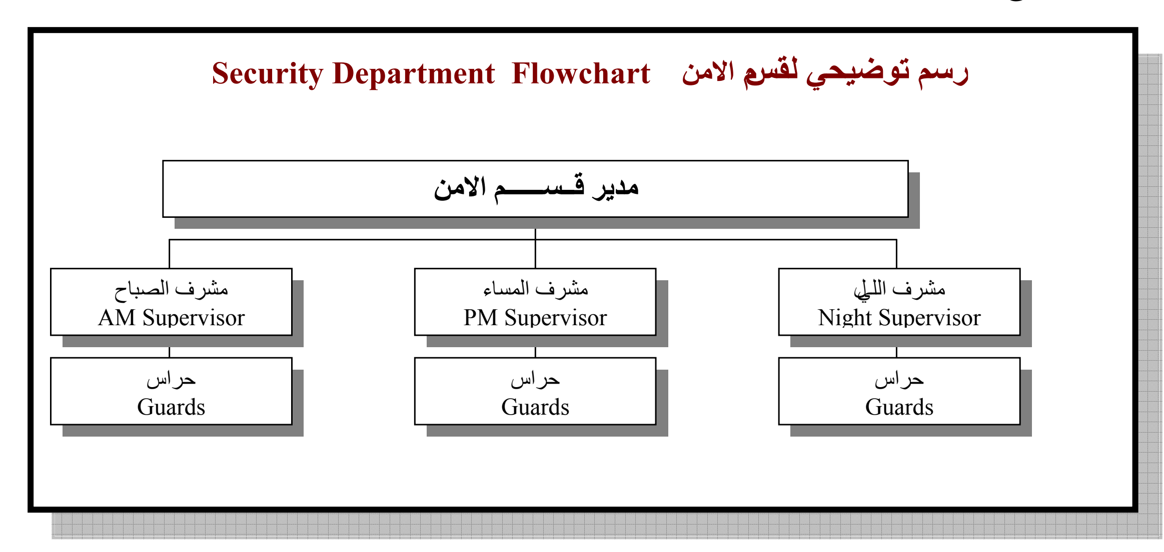
شكل (٥- ١١) قسم التسويق والمبيعات

من أهم مسؤوليات إدارة التسويق هو المحافظة على نسب الإشغال العالية لغرف الفندق بأفضل سعر، ولتحقيق ذلك هنا بعض الانشطة التي يجب أن تؤديها هذه الإدارة منها:

- الاتصال الدائم بالعملاء سواء كانوا أفراد أو مجموعات.
- عمل الدعاية والإعلان توزيع المطويات الخاصة بالفندق.
- عمل علاقة دائمة مع العملاء الحاليين والمتوقعين من خلال البريد.
- المشاركة في المعارض الدولية والمحلية.
- زيارة مكاتب وشركات السفر والسياحة.
- عمل التخفيضات للبرامج السياحية.
- المشاركة في الأنشطة الاجتماعية والاحتفالات المحلية.

قسم الأمن Security Department

يتولى هذا القسم حراسة وحفظ الأمن داخل الفندق طوال اليوم عن طريق المراقبة المستمرة للفندق، ويعمل هذا القسم على توفير الهدوء للنزلاء والمحافظة على ممتلكاتهم والتصدي للحرائق عند حدوثها والقيام بالتحريات عن ما يقع من حوادث أو سرقات. ويكون هناك تعاون بين هذا القسم وجهات الأمن العام وخاصة في حالة المؤتمرات واستضافة الفندق لضيوف سياسيين مهمين أو رؤساء دول إلخ. يتم تعيين الموظفين بهذا القسم دائما لمن تكون لديه خبرة سابقة في أجهزة الشرطة أو الجيش أو الأمن المتقاعدين. ويتم تدريب رجال الأمن بصفة دورية على مكافحة الحرائق والإسعافات الاولية والطوارئ المختلفة وطريقة إخلاء الفندق سريعا عند حدوثها. قيام قسم الأمن بمهامه على أفضل وجه يجنَب الفندق مشاكل لا تحصى وتمتع تورَطه بقضايا قانونية قد تضر بسمعته.



شكل (٥-١٢) قسم الأمن

١) مراقبة أبواب الفندق خاصة أثناء الليل.
٢) إبعاد العابثين والمشكوك فيهم والغير مرغوب فيهم.
٣) إخطار الإدارة العامة واتخاذ الإجراءات اللازمة عند وقوع حادث مثل إحضار طبيب...
٤) مراقبة أجهزة الإطفاء والتنبيه
٥) مراقبة مخازن وموجودات الفندق.
٦) مراقبة مواقف السيارات.
٧) الإشراف على عملية نقل السيولة من وإلى البنك.التأكد من الاستعمال السليم للمفتاح الرئيس (Master Key) وعدم وجوده عند من ليحق له استعماله حسب النظام الداخلي للفندق.

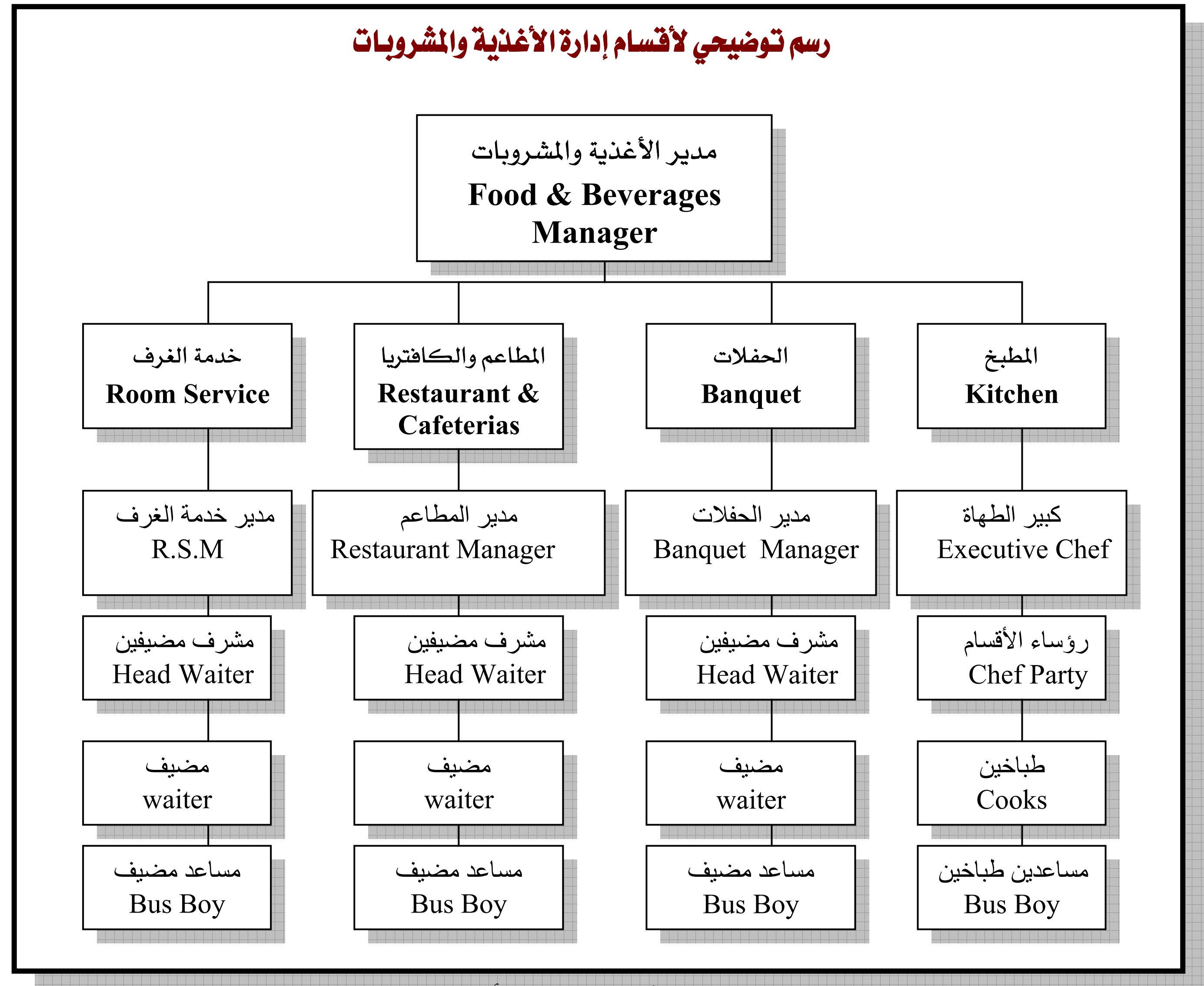
٨) التنسيق والاستشارة مع دائرة الدفاع المدني والشرطة التابعين للمدينة الموجود بها الفندق.

٩) وضع برامج تدريبية لتنمية مهارات الموظفين على السلامة المهنية والإسعافات الاولية ومكافحة الحرائق.

إدارة الأغذية والمشروبات Food & Beverage Department

بمعظم الفنادق قطاع الغرف يحقق أعلى دخل للفندق كما اوضحنا سابقاً ولكن في بعض الفنادق مثل المنتجعات وفنادق المؤتمرات إدارة الأغذية والمشروبات قد تحقق دخلاً أعلى من قطاع الغرف، وذلك لأن الضيوف في المنتجعات يقيمون لفترة طويلة نوع ما ويقضون معظم اوقاتهم خارج غرفهم وفنادق المؤتمرات تحقيق مبيعات عالية في قاعات المؤتمرات والبوفيهات وخدمة الأغذية والمشروبات للاجتماعات التي يقام بها.

وبغض النظر إذا كانت عمليات الأغذية والمشروبات كبيرة أو صغيرة بالفندق فإن مدراء الفنادق يجدون الأغذية والمشروبات مهمة جداً لسمعة الفندق وربحيته، وليس هناك شك بأن جودة الأطعمة التي يقدمها الفندق تؤثر وبشكل قوي على أن طباع ورأي الضيف عن الفنادق والقرار بالرجوع إليه مرة أخرى. وفي الواقع فإن هناك بعض الفنادق كسبت شهرتها من خلال مطاعمها وجودة الطعام والخدمة المقدمة بها. وفي الوقت الحاضر أصبحت الفنادق الصغير تقدم خدمة الأغذية والمشروبات بعد أن كانت خدمتها مقتصرة على الغرف فقط .



شكل (٥- ١٣) أقسام إدارة الأغذية والمشروبات

على مدير الأغذية والمشروبات أن يراعي مجموعة من العوامل عند اتخاذ القرار بتحديد نوعية خدمة الأغذية والمشروبات ألتي سوف تقدم في الفندق. ويجب التفكير في هذه العوامل خصوصا عند البدء في التخطيط لفندق جديد أو حتى في الفنادق القائمة وذلك لزيادة الدخل والتكيف مع التغيرات السوقية، وهذه العوامل هي:

- نوع الفندق: هل الفندق لخدمة رجال الأعمال؟ هل الفندق فندق مؤتمرات؟ هل هو منتجع؟ فرجال الأعمال يفضلون صالات الطعام التي تتميز باحترام الخصوصية مما يعني عدم تقارب الطاولات بجانب بعضها البعض في المطعم، فنادق المؤتمرات تحتاج إلى صالات حفلات وتجهيزات للبوفيهات وعمل

الأطعمة التي تتفق مع خدمة البوفيهات، المنتجعات غالباً ما تهتم بعمل المطاعم المتخصصة مثل مطعم للأسماك.

- تصنيف الفندق: فندق الخمس نجوم يحتاج إلى مطعم خمسة نجوم، بينما الفنادق متوسطة السعر لايمكنها تحقيق هذا النوع من المطاعم حتى أن عملائها لايتوقعون مطعم خمس نجوم.
- المنافسة: ماهي نوعية المطاعم المحيطة بالفندق؟ إذا كانت المطاعم المحيطة بالفندق مثلاً تقدم الطعام الايطالي فمن الحكمة أن يقدم الفندق طعام مختلف.
- توفر المنتجات: مدى توفر المنتجات في الأسواق عامل مهم فليست بفكرة جيدة عمل مطعم للأسماك في منطقة يندر وجود الأسماك بها أو أن تكون تكلفة شرائه مرتفعة.
- توفر العنصر البشري: قائمة الطعام التي تحتوى على أطباق عالمية أو أطباق تتطلب محترفين في عملها تعتبر فكرة غير جيدة في سوق لاتتوفر به العمالة الماهرة.
- مستوى الطلب على أصناف معينه: إذا كأنهناك نوع معين من الطعام مفضل في المنطقة التي يوجد بها الفندق فمن الأفضل توفيرها في خدمة الأغذية والمشروبات في الفندق.

وقسم الأغذية والمشروبات يتولى القيام بمجموعة من الانشطة تمثل محور عمليات الأغذية والمشروبات الفندقية ومن أهمها مايلي:

١. استلام وتخزين وحفظ المواد الغذائية الطازجة والمجمدة والجافة الواردة للفندق.
٢. انتاج الأغذية والمشروبات.
٣. خدمة الأغذية والمشروبات.
٤. تنظيم الحفلات والمؤتمرات وخدمتها.

ومن خلال الهيكل التنظيمي لإدارة الأغذية والمشروبات نجد أن هذه الإدارة تحتوي على عدد من الأقسام، وهي:

- انتاج الطعام.
- المطاعم.
- خدمة الغرف.
- الحفلات والمؤتمرات.

وقبل التحدث عن هذه الأقسام لابد من التنويه عن دور ومهام مدير إدارة الأغذية والمشروبات.

مدير إدارة الأغذية والمشروبات Food & Beverages Manager

هو الشخص المسئول عن تنفيذ خطط الأغذية والمشروبات وتحقيق أهداف الإدارة وضمان سير عمليات الأغذية والمشروبات الفندقية بشكل سليم والتنسيق بين أقسام الإدارة وبين إدارة الأغذية والمشروبات وباقي أقسام الفندق بما يؤدي إلى الخروج بخدمة جيدة للضيوف وتحقيق أهداف الفندق وخططه.

بعض من مهامه:

- ضمان مستوى مثالياً لإيرادات ونوعية الطعام والمشروبات كي يتماشى أو يفوق التوقعات.
- ضمان مستوى نموذجياً للخدمات بتدريب العاملين بصفة مستمرة.
- مراقبة تكلفة الطعام والمشروبات(.Food and Beverages cost).
- تحديد أسعار الطعام والمشروبات.
- تحليل الأداء المالي لقسمه.
- عمل خطة العملِ السنوية.
- تطوير أن واع الطعام و المشروبات.
- التنسيق مع إدارات الفندق الأخرى.
- التنسيق مع قسم التسويق للخروج بخطة تسويقية للأغذية والمشروبات في الفندق.
- مراقبة المخزون وتوفير الناقص منه.
- عمل الميزانية الخاصة بالقسم والمشاركة في الميزانية العمومية للفندق.
- تعيين العاملين الجدد وعمل تقارير الأداء الخاصة بالعاملين.
- عمل التقارير الخاصة بعمليات الأغذية والمشروبات والدخل المحقق من خلالها.

١. قسم أن تاج الأغذية (المطبخ) Food Production (Kitchen)

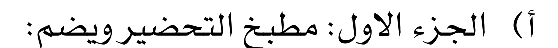
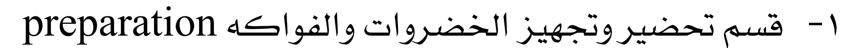
يرأس هذا القسم الطاهي التنفيذي والذي يشرف على عملية شراء الطعام وتحضير الطعام وخزنه ويتضمن عمله مهام إدارية ومهام فنية ، فالجانب الإداري هو تنظيم العاملين في المطبخ وتدريبهم وتوجيههم والعمل الفني هو أن تاج الطعام حسب المواصفات المطلوبة.

حجم المطبخ يعتمد على مجموعة من العوامل وهي:

أ) حجم وعدد المطاعم الموجودة في الفندق.

ب) نوعية الخدمات التي يقدمها الفندق.

ج) نظرة الإدارة الفندقية لقسم الأغذية والمشروبات.

يتكون المطبخ من عدة أقسام والتي تتفاوت تبعاً لحجم الفندق ونوعية الطعام الذي يقدمه الفندق، وهذه الأقسام هي:

أ) الجزء الاول: مطبخ التحضير ويضم:



١- قسم تحضير وتجهيز الخضروات والفواكه preparation

٢- قسم المجزرة Boucher والذي ينقسم إلى ثلاثة وحدات:

- مجزرة اللحوم Meat.
- مجزرة الأسماك Fish.
- مجزرة الدجاج والطيور Poultry.

ب) الجزء الثاني: مطبخ الانتاج Main Kitchen ويضم:

١- قسم الحلويات والمخبوزات Pastries & Bakeries.

٢- قسم السلطات والمقبلات Salad & Appetizers .

٣- قسم الحار Hot Kitchen ويضم:

- قسم الصلصات Sauces.
- قسم الطبخ .
- قسم النظافة Sanitation.

٢. المطعم **Restaurant**

المطعم أحد مصادر الدخل بالفندق وهو المكان المخصص والمعد للاستمتاع بتناول الطعام للنزلاء والضيوف من خارج الفندق. تبدى الفنادق عناية خاصة للمطاعم من حيث تحديد نوعية المطعم الذي سوف يعمل بالفندق واختيار نوع الخدمة التي سوف توفر لضيوف المطعم ما إذا كانت الخدمة الأمريكية أو الفرنسية أو الروسية. ولإعطاء الشعور بالهدوء والراحة والاستمتاع بالطعام داخل المطعم تنفق الفنادق مبالغ كبيرة في عملية تجهيز المطعم والديكورات الداخلية وتوفر الطاولات والكراسي المريحة للضيوف. والهيكل التنظيم للمطعم يتألف من الوظائف التالية:

أ) مدير المطعم

ب) رئيس المضيفين

ج) عدد من المضيفين

د) مساعدي المضيفين Bus Boy

ه) أمين صندوق.

وبشكل عام الوظائف وعدد العاملين في المطعم يختلف تبعاً لحجم المطعم ونوعية الخدمة المقدمة (خدمة أمريكية – روسية – فرنسية – إنجليزية).

مهام مدير المطعم:

- الإشراف على الخدمة بالمطعم.
- تحية الضيوف.
- متابعة الحجوزات بالمطعم.
- الإشراف على مبيعات المطعم.
- مراجعة الفواتير الخاصة بالمطعم.
- يضمن تواجد كل العمال بالمطعم.
- الإشراف على تدريب الموظفين الجدد بالمطعم.
- توزيع العمل بين العاملين.
- مراجعة قائمة الطعام مع المطبخ.
- الإشراف على تجهيز المطعم قبل بدء العمل.
- التعامل مع شكاوى الضيوف والمشاكل التي تطرأ خلال العمل.
- ينظم نظافة وإغلاق المطعم.
- تولي الأعمال الإدارية والمكتبية.
- التنسيق مع باقي الأقسام بالفندق.

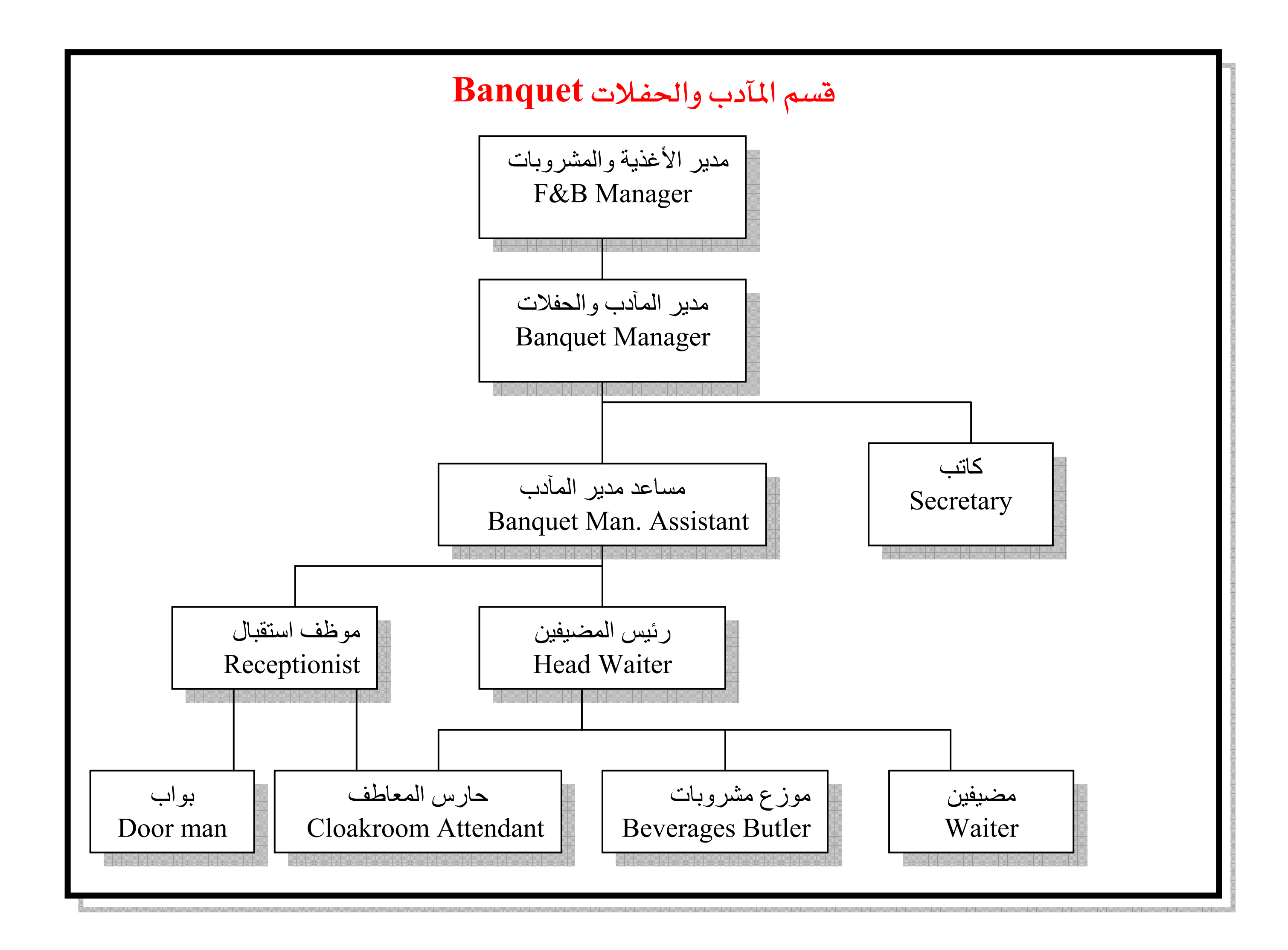
٣. خدمة الغرف **Room Service**

قسم خدمة الغرف هو أحد الأقسام الهامة بإدارة الأغذية والمشروبات والذي يعنى بخدمة طلبات الأطعمة والمشروبات في غرف النزلاء. يواجه قسم خدمة الغرف بعض المشاكل منها ارتفاع التكلفة بقسم خدمة الغرف وذلك لان معظم طلبات خدمة الغرف تنحصر في وجبات الإفطار والتي تدفع تكلفتا غالباً مع قيمة الغرفة بالإضافة إلى أن معظم الطلبات الأخرى هي فقط للمشروبات الساخنة غالباً وذلك لايغطي تكلفة القسم. من ناحية أخرى عملية إيصال الطعام ساخناً إلى غرف النزلاء تتطلب توفر بعض الأدوات والمعدات. واخيراً وليس آخرا فإن المسافة من المطبخ إلى غرف النزلاء تمثل مشكلة خصوصاً في المنتجعات السياحية والتي تتطلب أخذ طلب النزيل من المطبخ وإيصاله إلى كابينة النزيل مما يعني وصول الطعام ليس بنفس حالته التي خرج بها من المطبخ.

- ويعتبر قسم خدمة الغرف من الأقسام التي تتطلب مهارة طاقم الخدمة المتمثلة في العديد من المهام، أهمها:
- السرعة والدقة في تلقي الطلبات.
- الاهتمام بالمحافظة على إبقاء الأطعمة ساخنة إذا كانت تقدم ساخنة.
- الاهتمام بالمحافظة على إبقاء الأطعمة باردة إذا كانت تقدم باردة.
- مراعاة تطبيق معايير الخدمة وفقاً للوائح والالتزام بالأسلوب المهني والمهذب عند خدمة الطلبات داخل الغرف.
- سرعة إخلاء الصواني من الغرف أو الممرات بعد أن تهاء النزلاء من تناول وجباتهم.

٤. قسم المآدب والحفلات **Banquet Department**

- يهدف هذا القسم إلى تقديم خدمات الأغذية والمشروبات المتميزة في الحفلات باختلاف أن واعها مثل حفلات الزفاف أو الغذاء أو العشاء الملحق ببرامج المؤتمرات والاجتماعات أو كوكتيل والذي هو حفل استقبال يقدم فيه وجبات ومشروبات خفيفة لرجال الأعمال، والحفلات والمناسبات الاجتماعية والأعياد. وفي العديد من الفنادق الكبرى يقوم هذا القسم بمهمة خدمة الأغذية والمشروبات في أماكن خارج نطاق الفندق وفق طلبات العملاء ويعرف هذا النظام بخدمة الحفلات الخارجية Off-Premise Catering. وتعتمد قائمة الأغذية والمشروبات التي تقدم في هذا الحفلات على نوع الحفل وتفضيلات الأغذية والمشروبات لدى العملاء ونوع الخدمة المراد تطبيقها (بوفيه، خدمة فرنسية، خدمة روسية ....إلخ).
- قسم المآدب والحفلات لم يعد قسم إضافي في إدارة الأغذية والمشروبات ولكن فقد أصبح في بعض الفنادق يحقق أكثر من ٥٠٪ من دخل إدارة الأغذية والمشروبات، و في بعض الفنادق مثل فنادق المؤتمرات ونظراً لأهمية هذا القسم فإن مدير المآدب والحفلات يكون تابعاً مباشرة لمدير الفندق بدلاً من مدير الأغذية والمشروبات وفي بعض الفنادق ولتخفيض التكلفة فإن مدير الأغذية والمشروبات يتولى مهام وأعمال مدير المآدب والحفلات.



شكل (٥- ١٤) قسم المآدب والحفلات

مراقب تكلفة الأغذية والمشروبات Food & Beverage Controller

بعض الفنادق توجد وظيفة مراقب للأغذية والمشروبات للتأكد من التعامل والاستغلال الجيد للأغذية والمشروبات بالفندق ويقوم برفع تقاريره إلى المراقب العام للفندق، ومن مهام هذا المراقب مايلي:

- متابعة تكلفة الأغذية والمشروبات.
- مراقبة إجراءات الطلب والاستلام للأغذية والمشروبات.
- حساب تكلفة الأغذية والمشروبات وأسعار الوجبات.
- الجرد الشهري لمخازن الأغذية والمشروبات في الفندق.
- إبقاء الإدارة على اطلاع دائم بالتكاليف وإعطاء التوصيات لتخفيض التكلفة.

- عمل التقارير اليومية والأسبوعية عن تكلفة الأغذية والمشروبات بالفندق.

في بعض الفنادق يكون مراقب الأغذية والمشروبات يتبع إداريا لمدير الأغذية والمشروبات ويقوم برفع التقارير إليه وذلك شيء غير محبب في الفنادق لان مجمل طبيعة عمل هذا المراقب هو تقييم عمليات إدارة الأغذية والمشروبات فيفضل رفع تقاريره إلى مدير الفندق أو المراقب العام لعمليات الفندق.

استخدامات التكنولوجيا في الفنادق Usage of Technology

تقدم استخدامات أن ظمة الحاسب الآلي في الفنادق مميزات عديدة جعلت منها سلعة مطلوبة بدرجة عالية في صناعة الفنادق وأصبحت الفنادق تسعى لامتلاك أن ظمة الحاسب الآلي والاعتماد عليها في التشغيل ومن تلك المميزات تحسين الأداء التشغيلي عن طريق عدم تكرار المهام والحصول على معلومات حديثة ورفع مستوى الخدمة عن طريق الحصول بيانات دقيقة عن العملاء.

وحدات الحاسب الآلي الخاصة بالشبكة الموجودة في أقسام الفندق تقدم مهام عديدة تساعد في رفع كفاءة العمليات الفندقية وتحقي مستوى عالي من جودة الخدمات بدرجة تضمن رضاء النزيل وتساهم في زيادة المبيعات، ومن أمثلة تلك المهام:

- الحجز للمؤتمرات والأشخاص: يعطي بيانات عن طلبات الحجز المؤكدة والمحتملة والملغاة والطاقة الإجمالية للغرف وإمكانية توافر الغرف ويعطي بيانات عن العملاء لتأكيد الحجز لهم ويعد بيانات إحصائية لغرض التسويق والتوقعات الخاصة بحجم المبيعات بناءاً على طلبات الحجز وقوائم الانتظار.
- تسجيل العملاء وتسكينهم في الغرف: يعطي بيانات عن الغرف للمساعدة في التسكين.
- تسجيل القيود على فاتورة العميل: يتم ذلك بطريقة فورية وإمكانية إعطاء نسخة من الفاتورة للعميل في أي وقت.
- إعداد تسوية الفاتورة للعميل: يغطي العمليات على فاتورة العميل قبل المغادرة والتعامل مع جميع أشكال تسوية الفاتورة.
- مهام الإشراف الداخلي وحالة الغرف: يعطي بيانات عن حالة الغرف وإعطاء توقعات التشغيل في الفترة المستقبلية لتنظيم العمالة.
- مهام قسم الهاتف: تسجيل جميع المكالمات وإعطاء بيانات عن الرسائل والبريد الخاص بالعميل.
- مهام المراجعة الليلية وتحليل العمل اليومي: يسهل عمل المراجع الليلي في تسجيل القيود على فاتورة النزيل ويعد تقارير المراجعة الليلية ويتم ربطه مع نظام الحسابات.

- مهام قسم المبيعات والتسويق: يعتمد قسم المبيعات والتسويق على برامج الحاسب الآلي في أن شاء سجلات لمتابعة عمليات البيع والتسويق للعملاء وانشاء ملف لحركة المبيعات للمؤتمرات والحفلات الخارجية التي ينظمها الفندق فالبرنامج يملك قاعدة بيانات لإعطاء معلومات عن قوائم الطعام وصالة الحفلات وتوقعات الإيرادات. يستطيع موظف المبيعات الحصول على تقارير فورية تساعده في أعماله اليومية وتسويقه لخدمات الفندق مثل تقارير النزلاء والمجموعات وتوقعات الإشغال وشرائح السوق التي يتعامل معها الفندق كذلك أن واع الغرف وأسعارها وسياسة التخفيضات التي يتبعها الفندق.

نظام الحاسب الآلي في الفندق يضم مجموعة من البرامج قادرة على تدعيم العمليات وتساهم في تسهيل المهام الوظيفية الفندقية في الأقسام المختلفة بالفندق مما يساهم في إتقان الإجراءات والقدرة على التحكم والسرعة والتنظيم في المعلومات، من أمثلة هذه البرامج:

١. برامج إدارة الحجز.
٢. برامج إدارة الغرف.
٣. برامج إدارة حسابات النزيل.
٤. برامج المحاسبة.
٥. برامج عمليات الأغذية والمشروبات.
٦. برامج التحكم بتكلفة الأغذية والمشروبات.
٧. برامج التحكم بالمخزون.
٨. برامج التحكم بالطاقة بالفندق.

تمارين الوحدة

السؤال الاول:

اجب بصح أو خطأ على العبارات التالية كلاً بما يناسبه :

١. (   ) المغسلة من المراكز المحققة للإيراد.
٢. (   ) الحجز من الأقسام التابعة لإدارة الأغذية والمشروبات.
٣. (   ) الاستقبال يعتبر القلب النابض للمكاتب الأمامية.
٤. (   ) قسم التدبير الفندقي من الأقسام التابعة لقطاع الغرف.
٥. (   ) المطعم من الأقسام التابعة لإدارة الأغذية والمشروبات.

السؤال الثاني:

اجب على الفقرات التالية :

١. لقد تم تصنيف أقسام الفندق إلى مجموعتين رئيستين. اذكرهما.
٢. ماهي أهم واجبات مدير الفندق؟
٣. ماهي أهم الأعمال التي يؤديها موظف الاستقبال؟
٤. ماهي القواعد المهمة عند شغل الغرف بالفندق؟
٥. يقسم عمل قسم المحاسبة إلى عدة أقسام؟ اذكرها.
٦. ماهي أهم مهم مراقب الأغذية والمشروبات في الفندق؟

إجابة تمارين الوحدة

السؤال الاول:

اجب بصح أو خطأ على العبارات التالية كلاً بما يناسبه :

٦. (صح) المغسلة من المراكز المحققة للإيراد.
٧. (خطأ) الحجز من الأقسام التابعة لإدارة الأغذية والمشروبات.
٨. (صح) الاستقبال يعتبر القلب النابض للمكاتب الأمامية.
٩. (صح) قسم التدبير الفندقي من الأقسام التابعة لقطاع الغرف.
١٠. (خطأ) المطعم من الأقسام التابعة لإدارة الأغذية والمشروبات.

السؤال الثاني:

١. لقد تم تصنيف أقسام الفندق إلى مجموعتين رئيستين. اذكرهما.

وقد تم تصنيف أقسام الفندق إلى مجموعتين رئيستين وهما :

٣. **المراكز المحققة للإيراد** : وهي الأقسام التي تبيع خدمات ومنتجات للعملاء وبهذا تولد إيراد ، وهي:

قسم المكاتب الأمامية - الأغذية والمشروبات - خدمة الغرف – التليفونات – المغسلة - النادي الصحي - مركز رجال الأعمال.

٤. **المراكز المدعمة**: وتسمى مراكز التكلفة فهي لاتحقق إيراد ولكنها تقدم دعم للمراكز المحققة للإيراد ، وهي:

إدارة الموارد البشرية – التسويق – المشتريات – المحاسبة – الصيانة - والأمن.

٢. ماهي أهم واجبات مدير الفندق؟

ومن أهم واجباته:

٧- تحقيق الأهداف المالية للفندق من خلال تنظيم وتنسيق عمل الأفراد معه.
٨- تطوير الخطط الموضوعة للوصول لأهداف الفندق.
٩- اختيار المرشحين الجدد لرئاسة الأقسام على ضوء احتياجات الأقسام.
١٠- دراسة ومناقشة تقارير التشغيل بعناية.

١١- وضع نظام جيد للاتصالات ويكون هدفه توصيل التعليمات إلى العاملين.

٣. ماهي أهم الأعمال التي يؤديها موظف الاستقبال؟

هنا بعض الأعمال التي يؤديها قسم الاستقبال وهي:

٧. تحية النزلاء والترحيب الجيد بهم.

٨. بيع الغرف واستلام طلبات الحجوزات.

٩. التنسيق مع قسم الإشراف الداخلي لتجهيز الغرف المحجوزة خلال اليوم.

١٠.تسجيل بيانات النزلاء وتخصيص الغرف لهم.

١١.استلام أي طلبات إضافية من النزلاء والعمل على تنفيذها.

١٢.الاستعداد لاستقبال النزلاء المتوقع وصولهم وخصوصاً الشخصيات المهمة.

١٣. استلام وتوزيع الرسائل وطرود البريد على النزلاء أثناء تواجدهم بالفندق أو حجزها لهم لحين وصولهم أو إرسالها إلى عناوينهم في حالة مغادرتهم.

١٤.العمل على زيادة مبيعات الغرف والترويج لمبيعات الأقسام الأخرى كالأغذية والمشروبات والغسيل والكي.

١٥.التعامل مع شكاوى ومشاكل النزلاء والعمل على حلها وإرضاء النزلاء.

١٦.عمل التقارير اليومية عن نسب الإشغال وعدد النزلاء ومتوسط سعر الغرف وغيرها من التقارير ورفعها إلى مدير المكاتب الأمامية.

١٧.إخطار قسم الإشراف الداخلي عن أي تغيير في إشغال الغرف وحالتها.

١٨.التعاون مع كافة الأقسام الأخرى بالفندق للوصول بسمعة الفندق.

٤.ماهي القواعد المهمة عند شغل الغرف بالفندق؟

هناك بعض القواعد العامة التي يجب أن يعيها موظف الاستقبال عند شغل الغرف وهي:

- إشغال الغرف التي في الطوابق الاولى اولا ثم الغرف التي في الأدوار التي تليها وذلك من اجل تركيز الخدمة في أدوار معينة.
- عرض الغرف التي تناسب أسعارها مع نوعية العميل.
- عدم إرباك العميل بعرض مجموعات مختلفة من الغرف والاقتصار على نوع أو نوعين من الغرف.
- مراعاة أن الأسر يفضلون الغرف المتصلة أو على الأقل غرف متجاورة.

- مراعاة كبار السن عند اختيار الغرف فهم لايفضلون صعود السلالم أو المشي لمسافات طويلة في ممرات الغرف، مما يعنى اختيار الغرف في الأدوار الاولى والقريبة من المصعد.
- قبل اختيار الغرفة يفضل سؤال العميل عن المنظر التي تطل عليه الغرفة.
- عدم التركيز على بيع الغرف مرتفعة السعر وإهمال رغبات العميل.

٥. يقسم عمل قسم المحاسبة إلى عدة أقسام؟ اذكرها.

يقسم عمل قسم المحاسبة إلى عدة أقسام وهي:

- الغرف والتليفونات وإيرادات أخرى.
- حسابات المصروفات لتسجيل وترحيل وتدقيق كافة مصروفات الفندق.
- حسابات الرواتب لحساب ودفع رواتب الموظفين والعلاوات والمكافآت.
- قسم المشتريات والاستلام والمخازن.

٦. ماهي أهم مهم مراقب الأغذية والمشروبات في الفندق؟

من مهام هذا المراقب مايلي:

- متابعة تكلفة الأغذية والمشروبات.
- مراقبة إجراءات الطلب والاستلام للأغذية والمشروبات.
- حساب تكلفة الأغذية والمشروبات وأسعار الوجبات.
- الجرد الشهري لمخازن الأغذية والمشروبات في الفندق.
- إبقاء الإدارة على اطلاع دائم بالتكاليف وإعطاء التوصيات لتخفيض التكلفة.
- عمل التقارير اليومية والأسبوعية عن تكلفة الأغذية والمشروبات بالفندق.

صناعة الضيافة

نظم تشغيل الفنادق

الجدارة: معرفة نظم تشغيل الفنادق.

الأهداف:

عندما تكمل هذه الوحدة تكون قادراً على:

١. معرفة تاريخ فنادق السلاسل.
٢. استيعاب فوائد فنادق السلاسل.
٣. معرفة عقود الإدارة.
٤. التعرف على حقوق والتزامات شركات عقود الإدارة.
٥. معرف نظام الامتياز.
٦. فهم مزايا وعيوب نظام حقوق الامتياز.

مستوى الأداء المطلوب: أن يصل المتدرب إلى الإلمام هذه الوحدة ١٠٠٪

الوقت المتوقع للتدريب: ١٢ ساعة.

الوسائل المساعدة:

١. المناقشة بداخل القاعة.
٢. إجابة التمارين بآخر الوحدة.
٣. زيارة ميدانية لأحد الفنادق.

متطلبات الجدارة:

دراسة الوحدات السابقة.

نظم تشغيل الفنادق

السلاسل الفندقية Chains Hotels

يقصد بالسلاسل الفندقية إدارة عدة فنادق من قبل شركة وأحدة أو منظمة وأحدة تحمل اسم تجاري وأحد.

عمل سلاسل الفنادق ليس جديداً في صناعة الضيافة وقد شهد توسعاً كبيراً بعد الحرب العالمية الثانية وحصول الاستقرار العالمي. وتعتبر شركة هيلتون في يومنا الحاضر أكبر شركة سلاسل فندقية خصوصاً بعد شرائها لشركة Statler الفندقية والتي كانت تعتبر هي أكبر شركة سلاسل فنادق في العالم، ثم دخلت شركات أخرى مثل ماريوت وشيراتون وسلسة فنادق وسترن أن ترناشيونال وفنادق هوليدي أن ورمادا أن .

كان اول ظهور لسلاسل الفنادق في أمريكا، وكان السبب الرئيس لنموها السريع في أمريكا هو المنافسة الشديدة التي واجهتها الفنادق الأخرى وكان لمالكي الفنادق المستقلة ثلاثة بدائل في ضل المنافسة الشديدة لهم من قبل فنادق السلاسل، وهي:

١. تعويض الانخفاض في الإيرادات من خلال تخفيض مصاريف الصيانة والزيادة في اجور الغرف المباعة وهذا يمثل خروجاً سريعاً لهذه الفنادق من الصناعة.
٢. استغلال الملاك لأي مبالغ يملكونها في تطوير وتجديد والترويج للفندق.
٣. في حالة عدم القدرة على التغلب أو مجارات فنادق السلاسل فالبديل يكون في بيع الفندق وتحقيق ربح من وراء البيع.

ومع اتخاذ بعض الفنادق للبديل الثالث ألا وهو البيع فقد قامت شركات السلاسل بشراء هذه الفنادق والتوسع والنمو السريع ببناء فنادق جديدة أخرى. ومع هذا التوسع واجهت الفنادق المستقلة والفنادق الصغيرة منافسة قوية مما دفعها إلى التغيير في أسلوب إداراتها والتطوير في خدماتها التي تقدمها، وزيادة الاهتمام بقسم الأغذية والمشروبات لزيادة الإيرادات بسبب النقص في نسب الإشغال والاتجاه إلى وكالات لغرض عمل الإعلانات والترويج وخدمة حجوزات مشتركة. وهنا بدأت فنادق الدرجة الاولى المستقلة تنافس السلاسل وكانوا أصحاب تلك الفنادق يتفاخرون باستقلاليتهم وسمعتهم العالية بالخدمة التي يقدمونها للضيوف والبحث عن أي ايجابيات معينة للتغلب على أعمال السلاسل وبدون التضحية في استقلاليتهم.

ايجابيات سياسة السلاسل الفندقية Chains Hotels' Advantages

١. الشراء **Purchasing**

في نظام السلاسل الفندقية يتم شراء جميع الاحتياجات الضرورية مثل المفروشات، المأكولات، المشروبات، العدد والأدوات وغيرها بكميات كبيرة من قبل الشركة الأم وتوزيعها على الفنادق الأخرى، وذلك يساعد الشركة في التوفير الكبير في المصروفات من خلال الحصول على خصومات على المشتريات الكبيرة وايضاً إيجاد كادر مشتريات وأحد للمجموعة. وتوحيد المشتريات يساعد على توحيد الأثاث ومستلزمات الخدمة والعدد والأدوات في فنادق المجموعة حول العالم.

٢. الأفراد **Employees**

السلاسل الفندقية لديها قدرة أكبر على توفي كوادر متخصصة لجميع الوظائف الموجودة بها الفنية والإدارية والتخصصية بتكلفة أقل من خلال توزيع مصاريف التدريب والتهيئة والاستقطاب على الفنادق التابعة لها. حيث قليل من الفنادق المستقلة تستطيع تحقيق ذلك.

٣. التسويق **Marketing**

الترويج للفندق من خلال الإعلانات في الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون عملية مكلفة للفندق ولكن من خلال نظام السلاسل تعتبر سهلة وذلك من خلال توزيع التكلفة على فنادق السلسلة. فالإعلان عن فندق من فنادق السلسة هو الإعلان عن جميع فنادق السلسلة لأنهم يحملون نفس الاسم التجاري ويقدمون مستوى متقارب من الخدمات.

ويعتبر التسويق وتقنياته تقريباً من أهم ايجابيات السلاسل الفندقية ومفتاح هذه العملية التسويقية هو اسم الشركة الأم.

٤. الحجز **Reservation**

نظام السلاسل الفندقية استحدث نظاماً يسمى الحجز المركزي، هو إمكانية الحجز بأي فندق من فنادق السلسلة الفندقية من خلال الاتصال بأي مكتب حجز بأي فندق من السلسلة أو من خلال الاتصال بالشركة الأم، حيث أن ٢٥٪ من حجوزات فنادق السلاسل تأتي من خلال هذا النظام بالإضافة إلى استمرارية عمله بدون توقف لمدة ٢٤ ساعة.

٥. التمويل **Finance**

فنادق السلاسل تستطيع الحصول على السيولة لتمويل مشاريعها التطورية بكل سهولة من خلال الاقتراض من الشركة الأم بدون أي مخاطر. بينما الفنادق المستقلة لاتستطيع الاقتراض سوى من خلال رهن جزء من ممتلاكاتها لأحد البنوك أو شركات القروض وهذا فيها مخاطرة على الفندق في حالة أن خفاض السوق وعدم القدرة على الوفاء.

٦. القضاء على الاحتكار **Monopoly Avoiding**

تعدد الشركات والفنادق في منطقة معينة يلغي احتكار بعض الفنادق المحلية لصناعة الفنادق وبالتالي وكنتيجة للمنافسة تبدأ عملية تخفيض الأسعار والمنافسة في الخدمة المقدمة.

٧. إشباع حاجات ورغبات الضيوف **Customers' Needs Satisfaction**

أفضل الخدمات التي تقدم لضيوف الفنادق تقدمها سلاسل الفنادق بالإضافة إلى أن المنافسة القوية بين سلاسل الفنادق في التعرف على احتياجات الضيوف والعمل على تلبيتها ساهم بشكل قوي على تلبية احتياجات الضيوف.

أسباب أن تشار وتوسع السلاسل الفندقية في العالم

حدد جيراد لاتن Gerald Lattin أربع اتجاهات أساسية ساعدت على تطور وانتشار السلاسل الفندقية الأمريكية بصورة خاصة وهذه الاتجاهات هي:

١. إدراك الدول للقيمة السياحية.
٢. نمو وازدهار صناعة الفنادق في العالم.
٣. نمو وازدهار سيطرة تأثير الفنادق الأمريكية على صناعة الفنادق في العالم.
٤. زيادة استثمارات الأعمال الأمريكية على فنادق الدول الأخرى.

فنادق السلاسل العالمية التي تنشا في الدول الأجنبية لاتنافس الفنادق المحلية الأخرى لأنها متميزة عليها بالتفوق التي يفضله السياح العالميين ولكنها في نفس الوقت تحرك الحوافز للفنادق المحلية لتطوير فنادقها وتطوير الخدمات التي تقدمها.

إدارة الفنادق الدولية International Hotel Management

الاتجاه إلى الدولية يعتبر من أهم السمات التي أصبحت تميز معظم المنظمات في العالم. فالفنادق تعتبر من أهم الشركات التي دخلت مجال الدولية والانتشار العالمي بالإضافة إلى المطاعم. ولجوء الشركات إلى الدولية يكون بهدف توسع المجال التسويقي وفتح أسواق جديدة وتحقيق أرباح عالية مع تطوير ونمو المنشأة عالمياً. وعملية التحول إلى الدولية ليس من الشرط أن يكون ذلك مربحاً أو مفيداً. فعند دخول الشركات إلى الدولية هناك عاملان مهمان يجب أن تراعيه المنشأة وتقوم بدراستها قبل اتخاذ القرار بدخول المجال الدولي وهما:

١. دخول المنشأة إلى الدولية قد يكون أثراً سلبياً على وضعها التنافسي في الأسواق المحلية للدولة الأم للشركة.
٢. دخول الدولية والمنافسة العالمية كيف سيكون تأثيره على الربحية المستقبلية للمنشأة.

هذان العاملان يعتبران المحررين الأساسيين اللذين قد يحكمان قرار المنشآت بالانتقال من المحلية إلى الدولية أو ما يطلق عليه " بيئة الأعمال الدولية".

أهداف الانتقال إلى الدولية:

تختلف أهداف الشركات ودوافعها لدخول السوق العالمي. فعملية التوسع دولياً تتبعها عمليات دراسية وتكاليف ضخمة واعتبارات كثيرة يجب مراعاتها، لذا لابد أن يكون الانتقال إلى الدولية بهدف يعود بالفائدة المرجوة من عملية التوسع على الشركة أو الفندق، و من أهم هذه الأهداف:

١. زيادة الربحية عن طريق زيادة دخلها والتنوع في مصادر الدخل وعدم الاقتصار فقط على الأسواق المحلية.
٢. تعمل المنشآت على تخفيض التكلفة في العمليات والتشغيل مما لا يؤثر على جودة الخدمة لذلك تسعى كثير من الشركات إلى التوسع وبشكل أكبر في الدول التي تكون تكلفة التشغيل والانتاج بها أقل.
٣. الاسم التجاري والعلامة التجارية تعتبر ملكاً للمنشأة وأداة تعريف لها في الأسواق، وتسعى كثير من الشركات بالخروج باسمها التجاري إلى العالمية عن طريق التوسع الدولي.
٤. تسعى كثير من المنشآت إلى التوسع الجغرافي وتواجدها في معظم العواصم العالمية والمناطق السياحية العالمية التي تتطلب تواجدها .

اختيار الدولة المستثمر بها:

عملية اختيار الدولة أو السوق المراد الاستثمار بها وإجراء المقارنة بين عدد من الدول أو الأسواق لاختيار السوق الانسب والذي يحقق أهداف الفندق واتخاذ القرار بذلك تعتبر من العمليات المهمة والمصيرية في حياة المنشآت والتي تخضع لدراسات وتجميع معلومات ومراعاة الانظمة والقوانين بكل دولة.

وهناك العديد من المتغيرات والنقاط التي يجب دراستها ومراعاتها والتي غالباً ما تكون مرتبطة بالهدف الأساسي للمنشأة للانتشار الدولي، وأهم هذه المتغيرات كما اوضحها الدكتور سعيد المصري في كتابه، هي كالتالي:

١- المدخلات للعمليات الانتاجية:

يقصد بالمدخلات جميع المواد الخام و المصنعة والعنصر البشري في العمليات الانتاجية والتشغيلية. بالإضافة إلى مدى توجه الانظمة الحكومية لتوفير فرص الاستثمار الخارجي داخل الدولة. فالشركات قبل اتخاذ قرارها لابد من أن تتأكد من مدى توفر هذه المدخلات وذلك عن طريق مراعاة مايلي:

أ. توفر المدخلات وسهولة الحصول عليها.

ب. أسعار المدخلات ومدى جودتها.

ج . مدى تسهيلات الحكومة لدخول وخروج رأس المال وهذا العامل يعتبر من أهم العناصر التي تراعيه الفنادق الدولية.

د . الانظمة الحكومية التي تنظم عمليات الاستثمار وتتعامل مع الشركات الأجنبية.

هـ . رجال الأعمال والمستثمرين داخل الدولة حيث يمكن الاستعانة بهم في تمويل المشروع.

٢- السوق:

المقصود هنا معرفة مدى الاستقبال السوقي الموجود بالدولة والدول المجاورة له للاستقطاب والاستفادة ، وإمكانية القيام بعمل تسويقي جيد يستقطب فئة كبيرة من الشرائح السوقية بالمنطقة. وفيما يتعلق بالنواحي السوقية يجب مراعاة مايلي:

أ. النمو الحالي والمستقبلي في السوق المحلي والمناطق المجاورة.

ب. نوعية المشكلات التي تواجه هذه الأسواق المستهدفة .

ج . هل تتوافر مناطق حرة في هذه الأسواق.

د . تكاليف النقل للمنتجات والجمارك المفروضة على المنتجات الواردة لهذه الأسواق.

٣- الأصول الإستراتيجية:

المقصود هنا هو إمكانية المنشأة التجارية الراغبة في الانتشار. والاستثمار في هذه الدولة في الحصول على الدقة في المعلومات عن المنطقة وتوافر مصادر المعلومات داخل الدولة وأيضا قدرة المنشأة على التعرف على المجتمع وثقافته وعاداته كعملاء محتملين.

الاستغلال الفندقي

يمكن تقسيم الاستغلال الفندقي إلى خمسة أقسام رئيسة، وهي:

١. إيجار ثابت.
٢. إيجار بواقع نسبة مئوية من صافي الربح.
٣. الإدارة المستقلة.
٤. عقود الإدارة.
٥. الامتيازات.

١. **الإيجار الثابت** Fixed Rent

هو عقد يتعهد بموجبه المستغل بدفع مبلغ ثابت شهريا أو سنوياً مقابل إيجار مبنى الفندق، وهذا المبلغ يمكن احتسابه على أساس نسبة مئوية من قيمة الأرض والمباني والأثاث بالإضافة إلى قيمة الضرائب العقارية والتأمين وأقساط استهلاك، كما يمكن للمستغل تحليل قيمة هذا الإيجار عن طريق إيجاد متوسط تكلفة بناء الغرفة بالنسبة لكل من الإيجار اليومي للغرف وتكاليف التشغيل.

٢. **الإيجار بواقع نسبة مئوية من صافي أو إجمالي أرباح التشغيل**

يمكن الاتفاق على الإيجار على أساس نسبة مئوية من صافي الربح، وقد جرى هذا العرف على أنه عند تأجير الفنادق أو تشغيله على هذا الأساس يتعين على المالك أو المؤجر تسليم الفندق بكامل معداته وأثاثه وان يتولى المستغل توفير رأس مال التشغيل والقيام بدفع كافة المصاريف بما فيه العائد على رأس المال المقترض والضرائب العقارية والتأمين بالإضافة إلى كافة مصاريف التشغيل، ثم يوزع صافي الربح مناصفة أو بنسب مئوية معينة بعد خصم المصروفات المتفق عليها واحتياطي الاستبدال.

لضمان مراقبة المالك لنصوص العقد وتوزيع الأرباح فأنه يتعين إلزام المستغل بموافاة المالك بمفردات حساب التشغيل الشهري منفصلاً وموضحاً به كافة إيرادات ومصاريف التشغيل على أن يكون للمالك

الحق في كافة الاوقات المناسبة في مواجهة هذه البيانات ومراجعتها مستندياً طبقاً لما يراه مناسباً لعمليات الفحص.

٣. **مالك مستقل أو شركة مستقلة** Company Owned

ويقصد به شخص وأحد يدير الفندق أو الموتيل أو قد تكون شركة مستقلة تدير فندق أو موتيل بصورة مستقلة.

ايجابيات هذا النظام:

أ) الاستقلالية في إدارة الفندق.
ب) المالك والمدير شخص وأحد وهذا بالتالي يؤدي إلى الحصول على أرباح أكثر.
ت) ممكن اتخاذ القرارات الإدارية بصورة سريعة ومستقلة.
ث) السيطرة الكاملة من قبل المالك على سياسات ونظم وإجراءات التشغيل.

السلبيات:

أ) محدودية القدرة التسويقية لعدم وجود الحجز المركزي مقارنة بالسلاسل الفندقية.
ب) عملية التوسع تكون بطيئة وتحتاج إلى رأس مال كبير.
ت) تحمل المالك لكافة المخاطر لفندقه.

٤. **عقود الإدارة** Management Contract

يتم تعاقد المالك للفندق أو الموتيل مع أحد السلاسل الفندقية لإدارة فندقه لقاء مصاريف أو نسبة من الإيراد الإجمالي للفندق، تقوم شركة الإدارة بادرة الفندق وتعيين المديرين وتدريب العاملين. المصاريف التي تدفع للسلسلة تختلف من سلسلة إلى أخرى حسب مكانة وسمعة السلسلة ومدى نجاحها. بعض السلاسل تطب مصاريف فقط والبعض الاخر يطلب مصاريف بالإضافة إلى مصاريف تشجيعية أخرى. تحت هذا النظام يصبح المالك مستثمر يسمح للسلسلة بإدارة استثماره، وهذا النظام يستعمل كثيراً في دول العالم الثالث لعدة أسباب:

١. عدم استقرار النظام السياسي للدولة وخاصة بالنسبة للشركات الأجنبية ودائماً هذه الدول تمنع شركات أجنبية من حق التملك.

٢. تكون شركات السلاسل الفندقية ذات سمعة عالية وبالتالي فإن نجاحها يكون مضموناً.
٣. عدم وجود أو توافر الكادر الإداري الفندقي الجيد في هذه الدول.
٤. عقود الإدارة تكون الحل الوحيد لهذه السلاسل في الانتشار والتوسع في هذه الدول.

مزايا عقود الإدارة:

استخدام عقود الإدارة أو الاتفاق مع أحدى الشركات لإدارة الفندق يكون له بعض المزايا منها:

١- منح الفرصة لزيادة الاستثمار في الصناعة من غير العاملين بها.
٢- النمو في شركات الفنادق ذات السلاسل بمعدلات استثمار منخفضة.
٣- المحافظة على الاسم التجاري للمالك وسمعته السوقية من الخسارة.
٤- الحصول على القروض من الشركات المانحة والبنوك بطريقة سهلة.
٥- عدم أن شغال المالك بمشاكل عمليات التشغيل اليومية.

أنواع الشركات العاملة في عقود الإدارة:

الشركات العاملة في عقود الإدارة في صناعة الفنادق تنقسم إلى قسمين هما:

- شركات تقوم بالإدارة والإشراف والتخطيط والتدريب ولها اسم تجاري مثل ماريوت ، هيلتون.
- شركات تقوم بالإدارة والإشراف والتخطيط والتدريب وليس لها اسم تجاري مشهور.

الاتفاق والتعاقد مع الشركات للإدارة يفضل أن يكون في المراحل الاولى للمشروع لعدة أسباب أهما:

- إعطاء الشركة فرصة لدراسة المشروع ودراسة ألجدوى قبل الموافقة على الإدارة.
- الاستفادة من خبرة الشركات المديرة في تصميم الفندق والتجهيز ليكون هناك توافق مع أسلوب إدارتها منعاً لاضطرار المالك لإجراء التعديلات بعد الاتفاق.

الأهداف من عقود الإدارة:

عقود الإدارة أو الاتفاق بين المالك والشركة المديرة يكون له أهداف للمالك وللشركة، والأهداف كالتالي:

١. المالك يسعى للحصول على أعلى ربح من المشروع عن طريق منح الإدارة لشركة متخصصة.
٢. الشركة المديرة تهدف إلى تحقيق دخل عال والتوسع في السوق الفندقي.

الاتصال بين المالك وشركة الأداء:

بعد أن يتم الاتفاق وتوقيع العقود بين المالك وشركة الإدارة لابد من توفر حلقة اتصال بين المالك وشركة الإدارة خصوصاً وان شركة الإدارة في اغلب الأحوال تطلب الإدارة المطلقة وعدم تدخل المالك في الإدارة أو تأثيره على المدير. لذلك فلابد من توفر تواصل مع المالك وذلك كما اوضحه الدكتور عبد الحميد في كتابه وهي كالتالي:

١- إمداد المالك بمعلومات عن الفندق والعوامل التي تؤثر على الانجاز.
٢- إعلام المالك بالإيرادات والمصروفات والسيولة النقدية والاستراتيجيات.
٣- توفير التقارير والإحصائيات للوقوف على الوضع العام للفندق.
٤- تبليغ المالك بالمشكلات والاختلافات والخطوات والحلول التي اتخذت لعلاجها.

عيوب عقود الإدارة:

هناك عدد من العيوب من استخدام عقود الإدارة، وغالباً ما تكون هذه العيوب من نصيب المالك للفندق ومن هذه العيوب ما يلي:

١. تحمل المالك في كثير من الأحوال مخاطرة الخسارة.
٢. عدم السلطة لدى المالك على قرارات التشغيل و بعض التطبيقات الإدارية والتي قد لا يكون موافقاً عليها.
٣. حصول المالك فقط على المعلومات التي ترده من الإدارة والتي أحياناً قد لاتصل بشكل مباشر أو صحيح.
٤. شركة الإدارة دائماً تعمل ضمن مستويات أو إجراءات محددة، في بعض الأحيان لايوجد مجال للمرونة في التغيير حسب طبيعة البلد.

الالتزامات والحقوق لشركة الإدارة

نتيجة للتعاقد بين المالك وشركة الإدارة فهناك التزامات وحقوق لشركة الإدارة يجب عليها الوفاء بها. وهي كالتالي:

الالتزامات:

١- الالتزام ببيع خدمات الفندق وضمان حد أدنى للإشغال عن طريق التسويق والترويج للفندق.
٢- الاستفادة من الاسم التجاري لشركة الإدارة في التسويق الجيد وزيادة المبيعات.

٣- الإدارة الجيدة بتقديم أفضل نمط للإدارة وتوفير الخبرات والكفاءات المناسبة مع تقديم الاستشارات الإدارية لحل المشاكل.

٤- توفير الحجز المركزي عن طريق الشركة الأم بتوفير الحجز العالمي للعملاء.

٥- تحمل الشركة الخسائر الناتجة عن التشغيل وتخصم من أتعاب الشركة.

٦- عمل الموازنات الرأسمالية وموازنات الدعاية والإعلان والحصول على موافقة المالك قبل استخدامها.

٧- الالتزام بالقوانين والانظمة الحاكمة للعمل الفندقي في البلد المقام به الفندق.

حقوق شركات الإدارة:

١- حقوق الإدارة في الأتعاب المتفق عليها مع المالك.

٢- حق الإدارة في تحديد نمط الإدارة ورسم الهيكل التنظيمي للفندق دون تدخل المالك.

٣- يكون لشركة الإدارة الحق في تعيين مدير الفندق.

٤- حق الشركة في تحديد واختيار الخبراء والاستشاريين والاتفاق معهم على الأتعاب.

٥- لضمان تشغيل الفندق دون تعطيل أو توقف تحدد الشركة الفترات التي يحق فيها للمالك الرقابة على الفندق وتحديد سلطاته.

٥. **الامتيازات** Franchise

الامتياز هو أحد أشكال إدارة الفندق وأحدى الطرق التي تتخذها الشركات ذات السلاسل للتوسع العالمي، حيث تقوم بمنح اسمها لأحد ملاك الفنادق مقابل مبلغ معين وتتم الإدارة من قبل المالك وفق شروط ومعايير محددة يلتزم بها المالك حيث أن عدم الالتزام يؤدي إلى فسخ التعاقد. وحقوق الامتياز ليست مقتصرة على الفنادق فقط بل كثير من المطاعم تقوم بمنح اسمها التجاري وعلامتها التجارية كمطاعم الأغذية السريعة مثل ماكدونالد ، و برجر كينج.......الخ.

الامتيازات تمنح المستثمرين الجدد في صناعة الفنادق نسبة معينة من الإرتياح وتحقيق الربح عن طريق استغلال الاسم السوقي للشركة المانحة والاستفادة من مراكز الحجز الدولية لدى الشركة والتي تحصل على نسبة معينة على كل عملية حجز تحصل عن طريقها. يجب أن يلتزم الفندق بالسياسات الإدارية التي تفرضها السلسلة عليه، والمحافظة على مستوى معين من الخدمات والأثاث والديكورات...إلخ وكذلك المحافظة على الاسم التجاري للسلسلة.

الالتزامات:

عملية منح حقوق الامتياز يكون لها التزامات من قبل الشركة المانحة للمستثمر والتزامات أيضاً من قبل المستثمر للشركة المانحة لحق الامتياز، وأي خلل في الالتزامات يؤدي إلى فسخ العقد بينهما. ومن أمثلة الالتزامات :

١- العمليات والإجراءات المتبعة في الشركات المانحة لحق الامتياز يتم نقلها وتنفيذها لدى الفندق الحاصل على الامتيازات.
٢- أي عملية تطوير في العمليات والإجراءات يتم نقلها أيضاً إلى الفندق لتنفيذها والاستفادة منها.
٣- قيام المدير الأقليمي للشركة المانحة بالزيارات التفتيشية للفندق الحاصل على الامتياز للوقوف على مدى التزامه بالمعايير وتقديم النصائح والاستشارات له.
٤- الالتزام الكامل من قبل الفندق بمعايير العمل والعمليات لدى الشركة المانحة لحق الامتياز.
٥- المساعدة التي قد تقدمها الشركة المانحة للفندق لاختيار الموقع المناسب.
٦- مساعدة الإدارة المانحة للفندق فيما يتعلق بالعمليات المالية وعمل الميزانيات التقديرية.
٧- بعض الشركات المانحة تطلب الالتزام بالتصميم الداخلي للفندق بما يتطابق مع الشركة الأم.
٨- كثير من الشركات المانحة تطلب أن تكون المعدات والتجهيزات والخامات مطابقة لما لديها ويتم توفيرها عن طريق الشركة المانحة لحق الامتياز (مثل المعدات المستخدمة في العمليات، الخامات بغرف النزلاء).
٩- الالتزام من قبل الفندق بالتصميم والشكل للاسم والذي يجب أن يكون مطابقاً لتصميم اسم الفندق المستخدم في الفروع الأخرى.
١٠- تدريب الشركة المانحة لبعض العاملين.

اغلب شركات السلاسل التي تمنح حق الامتياز تطلب دفعة اولية من المالك والتي لايمكن استردادها وتسمى مصاريف اولية إدارية وكذلك يتم الاتفاق على المصاريف التالية:

- مبالغ ثابتة تدفع شهرياً للشركة الأم.
- نسبة معينة تثبت على عدد الحجوزات التي تجري للفندق من قبل مكتب الحجز المركزي.
- نسبة من مبيعات الغرف.
- نسبة من المجموع الكلي للمبيعات.
- مبلغ ثابت عن كل غرفة.

- مبلغ ثابت عن كل غرفة مشغولة.

فوائد الامتيازات:

١- ضمان نجاح المشروع لدى المستثمرين الجدد في صناعة الفنادق وانخفاض نسب المخاطرة في الاستثمار.

٢- الاستفادة من الاسم السوقي للشركة المانحة.

٣- الاستفادة من الدعاية والإعلان التي تقوم بها الشركة الأساسية لاسمها التجاري والتي تكون بشكل عالمي مقابل دفع مبلغ معين.

٤- الاستفادة من مركز الحجز الدولي للشركة المانحة لعمل الحجوزات في الفندق الحاصل على حق الامتياز مما يعني زيادة فرص الحصول على عملاء أكثر.

٥- الحصول على الاستشارات والنصائح من قبل الشركة المانحة لحق الامتياز.

٦- الحق في شراء تجهيزات ومعدات الفندق من الموزع المركزي للسلسلة وهذا بدوره يتيح للمالك الحصول على بضاعة رخيصة وبخصم كبير.

عيوب هذا النظام:

١. يجب على المالك دفع مصاريف الحصول على حق الامتياز وكذلك مصاريف شهرية حسب الاتفاق.

٢. فقد السلسلة لسمعتها يؤثر على الفندق ومالك الفندق.

٣. تحديد سلطة المالك في وضع سياسات وإجراءات معينة في العمل.

المصطلحات الانجليزية

ا صطلح	التر ة العربية
Accounting	اسبة
American Service	ا دمة الأمريكية
Banquet Department	قسم ا آدب وا فلات
Beverages Waiter	مضيف ا شروبات
Boucher	جزار
Buffet Service	خدمة البوفيه
Bus Boy	منظف طاولات الطعام
Business Centre	مركز رجال الأعمال
Caffee	كافيه
Catering	التموين
Chain Hotels	فنادق السلاسل
City Centre Hotel	فنادق ا دن
Concierge	الاستعلامات
Convention Hotels	فنادق ا ؤ رات
Cooks	طباخ
Counter Service	خدمة الكاونتر
Décor	الديكور
Entertainment	الترفيه
Ethnic Restaurant	مطعم عرقي
Executive Chef	رئيس الطهاة
Family Restaurants	مطاعم عائلية
Family Service	خدمة عائلية
Fastfood Restaurants	مطاعم الوجبات السريعة
Fish	ك
Food & Beverage	الأغذية وا شروبات

Food Poisoning	تسمم الطعام
Food Production	انتاج الأطعمة
Foodservice	خدمة الأغذية
Franchise	حقوق الامتياز
French Service	ا دمة الفرنسية
Front Office	ا كاتب الأمامية
Full Service	ا دمة الكاملة
Head Waiter	رئيس ا ضيف
Hospitality	الضيافة
Hot Kitchen	ا طبخ الساخن
Industry	صناعة
Kitchen	مطبخ
Laundry	مغسلة
Lodging	إقامة
Luxury Restaurants	مطاعم فخمة
Maintenance	الصيانة
Management Contract	عقود الإدارة
Meat	م
Menu	قائمة الطعام
Mobile Hotel	الفنادق ا تحركة
Motels	الفنادق على الطرق السريعة
Nutrition	التغذية
Off-Premise	التموين داخل الفندق
On-Premise	التموين خارج الفندق
Organizational Chart	ا يكل التنظيمي
Pastries & Bakeries	ا لويات وا خبوزات
Plate Service	خدمة الطبق

Poultry	الطيور
Purchasing	الشراء
Reservation	ا جز
Residential Hotels	فنادق الإقامة الدائمة
Resort Hotels	ا نتجعات
Restaurants	مطاعم
Room Division	قطاع الغرف
Room Service	خدمة الغرف
Russian Service	ا دمة الروسية
Salad & Appetizers	السلطات وا قبلات
Sanitation	النظافة
Sauces	الصلصات
Deluxe Hotel	الفنادق ا متازة
Second Class Hotel	فنادق الدرجة الاو
Service Platter	خدمة الصوا
Suburban Hotel	فنادق الضواحي
Suite Hotels	فنادق الأجنحة
Therapeutically Hotels	الفنادق العلاجية
Tourism	سياحة
Tourism Attractions	ا ذب السياحي
Travel	السفر

تمارين الوحدة

السؤال الاول:

اجب بصح أو خطأ على العبارات التالية كلاً بما يناسبها:

١. (   ) كان اول ظهور للسلاسل الفندقية في أمريكا بسبب المنافسة الشديدة.
٢. (   ) من أسباب أن تقال الفنادق إلى الدولية هو تحقيق الربح.
٣. (   ) عقود الإدارة تعتبر من نظم الاستغلال الفندقي.
٤. (   ) الامتياز تعتبر أحدى الطرق التي تستخدمها الفنادق العالمية للتوسع الجغرافي.
٥. (   ) من عيوب الامتياز عدم السلطة لدى المالك على قرارات التشغيل.

السؤال الثاني:

اجب على الفقرات التالية:

١. نظام السلاسل له ايجابيات للفنادق التابعة للسلسلة فيما يتعلق بالمشتريات. تحدث عن ذلك.
٢. تحدث عن الإيجار الثابت كأحد أقسام الاستغلال الفندقي.
٣. يستخدم نظام عقود الإدارة بكثرة في دول العالم الثالث لعدة أسباب. اذكرها.
٤. ماهي التزامات شركة الإدارة في نظام عقود الإدارة؟
٥. ماهي ايجابيات نظام حقوق الامتياز؟
٦. ماهي عيوب عقود الإدارة؟

إجابة تمارين الوحدة

السؤال الاول:

اجب بصح أو خطأ على العبارات التالية كلاً بما يناسبها:

٧. (صح) كان اول ظهور للسلاسل الفندقية في امريكا بسبب المنافسة الشديدة.

٨. (صح) من أسباب أن تقال الفنادق إلى الدولية هو تحقيق الربح.

٩. (صح) عقود الإدارة تعتبر من نظم الاستغلال الفندقي.

١٠. (صح) الامتياز تعتبر أحدى الطرق التي تستخدمها الفنادق العالمية للتوسع الجغرافي.

١١. (خطأ) من عيوب الامتياز عدم السلطة لدى المالك على قرارات التشغيل.

السؤال الثاني:

١) **نظام السلاسل له ايجابيات للفنادق التابعة للسلسلة فيما يتعلق بالمشتريات. تحدث عن ذلك.**

في نظام السلاسل الفندقية يتم شراء جميع الاحتياجات الضرورية مثل المفروشات، المأكولات، المشروبات، العدد والأدوات وغيرها بكميات كبيرة من قبل الشركة الأم وتوزيعها على الفنادق الأخرى، وذلك يساعد الشركة في التوفير الكبير في المصروفات من خلال الحصول على خصومات على المشتريات الكبيرة وايضاً إيجاد كادر مشتريات وأحد للمجموعة. وتوحيد المشتريات يساعد على توحيد الأثاث ومستلزمات الخدمة والعدد والأدوات في فنادق المجموعة حول العالم.

٢) **تحدث عن الإيجار الثابت كأحد أقسام الاستغلال الفندقي.**

هو عقد يتعهد بموجبه المستغل بدفع مبلغ ثابت شهريا أو سنوياً مقابل إيجار مبنى الفندق، وهذا المبلغ يمكن احتسابه على أساس نسبة مئوية من قيمة الأرض والمباني والأثاث بالإضافة إلى قيمة الضرائب العقارية والتأمين وأقساط استهلاك، كما يمكن للمستغل تحليل قيمة هذا الإيجار عن طريق إيجاد متوسط تكلفة بناء الغرفة بالنسبة لكل من الإيجار اليومي للغرف وتكاليف التشغيل.

٣) يستخدم نظام عقود الإدارة بكثرة في دول العالم الثالث لعدة أسباب. اذكرها.

- عدم استقرار النظام السياسي للدولة وخاصة بالنسبة للشركات الأجنبية ودائماً هذه الدول تمنع شركات أجنبية من حق التملك.
- تكون شركات السلاسل الفندقية ذات سمعة عالية وبالتالي فإن نجاحها يكون مضموناً.
- عدم وجود أو توافر الكادر الإداري الفندقي الجيد في هذه الدول.
- عقود الإدارة تكون الحل الوحيد لهذه السلاسل في الانتشار والتوسع في هذه الدول.

٤) ماهي التزامات شركة الإدارة في نظام عقود الإدارة؟

١. الالتزام ببيع خدمات الفندق وضمان حد أدنى للإشغال عن طريق التسويق والترويج للفندق.
٢. الاستفادة من الاسم التجاري لشركة الإدارة في التسويق الجيد وزيادة المبيعات.
٣. الإدارة الجيدة بتقديم أفضل نمط للإدارة وتوفير الخبرات والكفاءات المناسبة مع تقديم الاستشارات الإدارية لحل المشاكل.
٤. توفير الحجز المركزي عن طريق الشركة الأم بتوفير الحجز العالمي للعملاء.
٥. تحمل الشركة الخسائر الناتجة عن التشغيل وتخصم من أتعاب الشركة.
٦. عمل الموازنات الرأسمالية وموازنات الدعاية والإعلان والحصول على موافقة المالك قبل استخدامها.
٧. الالتزام بالقوانين والانظمة الحاكمة للعمل الفندقي في البلد المقام به الفندق.

٥. ماهي ايجابيات نظام حقوق الامتياز؟

١. ضمان نجاح المشروع لدى المستثمرين الجدد في صناعة الفنادق وانخفاض نسب المخاطرة في الاستثمار.
٢. الاستفادة من الاسم السوقي للشركة المانحة.
٣. الاستفادة من الدعاية والإعلان التي تقوم بها الشركة الأساسية لاسمها التجاري والتي تكون بشكل عالمي مقابل دفع مبلغ معين.
٤. الاستفادة من مركز الحجز الدولي للشركة المانحة لعمل الحجوزات في الفندق الحاصل على حق الامتياز مما يعني زيادة فرص الحصول على عملاء أكثر.
٥. الحصول على الاستشارات والنصائح من قبل الشركة المانحة لحق الامتياز.

٦. الحق في شراء تجهيزات ومعدات الفندق من الموزع المركزي للسلسلة وهذا بدوره يتيح للمالك الحصول على بضاعة رخيصة وبخصم كبير.

٦) ماهي عيوب عقود الإدارة؟

هناك عدد من العيوب من استخدام عقود الإدارة، وغالباً ما تكون هذه العيوب من نصيب المالك للفندق ومن هذه العيوب ما يلي:

١. تحمل المالك في كثير من الأحوال مخاطرة الخسارة.
٢. عدم السلطة لدى المالك على قرارات التشغيل و بعض التطبيقات الإدارية والتي قد لا يكون موافقاً عليها.
٣. حصول المالك فقط على المعلومات التي ترده من الإدارة والتي أحياناً قد لاتصل بشكل مباشر أو صحيح.
٤. شركة الإدارة دائماً تعمل ضمن مستويات أو إجراءات محددة، في بعض الأحيان لايوجد مجال للمرونة في التغيير حسب طبيعة البلد.

المـــراجـــــع

١- د. حميد عبدالنبي الطائي، إدارة الضيافة، ٢٠٠م.
٢- د.عبدالحميد ابوناعم، أساسيات الادارة الفندقي، ١٩٩٥، مطبعة النيل.
٣- د. احمد محمد المصري، إدارة الفنادق، ١٩٩٨، مؤسسة شباب الجامعة.
٤- ماهر عبدالعزيز، مباد~ إدارة الفنادق، ٢٠٠٠م ، دار زهران للنشر والتوزيع.
٥- د. محمد السيد علي، إدارة الفنادق، ١٩٩٨، دار وائل للنشر.
٦- د. سعيد المصري، إدارة الفنادق الدولية، ٢٠٠١م ، الدار الجامعية.
٧- د. علاء طنطاوي، إدارة الفنادق، ١٩٩٩م،
٨- المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، الحقيبة العلمية لمادة إدارة الفنادق، ٢٠٠٤م.
٩- الغرفة التجارية الصناعية بالمدينة المنورة، اساسيات الإدارة الفندقية، ١٤١٥هـ ، دار عكاظ للنشر والتوزيع.

المـراجـع الأجنبية

- John R. Walker, Introduction to Hospitality, 2002, Pearson Education Inc.
- Alen T. Stautts, Hotel and Lodging Management, 2001, John Wiley & Son Inc.
- Joseph West, Strategic Management in The Hospitality Industry,1998, John Wiley & Son Inc.
- Rocco M. Angelo, Hospitality today, 1998, American Hotel & Motel Association.
- Escoffier Kotschevar, Management By Menu, 1994, National Restaurant Association.
- Brech Efl “Management : its Nature and Significance”, London, Pitman, 3rd ed. 1953
- Drucker Peter F. “The Practice of Management”, London, Heinemann, 1955.
- Fredrick W.Taylor “The Principles of Scientific Management”, New York, Harper &

Brothers, 1914.

- Lynde C.Steckle “The man in Management”, New york, Harper and Brothers, 1958

- Henry Fayol “General and Industrial Management” Sir Isaac and Sons ed.1949.

- John G.Hutchinson “Organizations : Theory, Classical Concepts”. Hont Riuehart and America. 1979

- Harbert G.Hicks. “The managent of Organisations”. New york, McGraw Hill Book. Ed 1972.

- Harold Koontz & O’Donnell. “Principals of Managements“. N Y, McGraw Hill Book. Ed 1972.

- William Glueck. “Management”. Dryden Press, USA, ed.1980

الـــفـــــهــــــرس

الوحدة الاولى (صناعة الضيافة)

لمحة تاريخية عن صناعة الضيافة ٥

تعريف صناعة الضيافة ٧

خصائص صناعة الضيافة........ ٨

التحديات التي تواجه صناعة الضيافة ٩

متطلبات النجاح في صناعة الضيافة ١٠

السياحة........ ١٢

تعريف السياحة وفوائدها ١٣

مقومات الجذب السياحي ١٤

أنواع السياحة ١٤

الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة ١٦

تمارين الوحدة ١٨

الوحدة الثانية (خدمات الأغذية والمشروبات)

تعريف صناعة خدمة الأغذية والمشروبات ٢٤

المطاعم وتصنيفاتها ٢٧

طرق الخدمة بالمطاعم ٢٩

وظائف الخدمة بالمطاعم ٣٣

قوائم الطعام ٣٤

أنواع قوائم الطعام ٣٥

تسعير الوجبات بقوائم الطعام ٣٥

أسباب فشل العديد من المطاعم ٣٦

التغذية ٣٦

التموين ٣٩

التخطيط لقوائم الطعام في التموين الخارجي ٤١

التسمم الغذائي ٤١
الاتجاهات الحديثة في صناعة الأغذية والمشروبات ٤٥
تمارين الوحدة ٤٦

الوحدة الثالثة (صناعة الفنادق)

تعريف الفندق ٥٣
انتشار وتوسع الفنادق ٥٣
العوامل التي تساعد على نجاح الفنادق ٥٤
ايجابيات العمل الفندقي ٥٥
أهمية وضرورة التعاون بين أقسام الفندق ٥٦
شروط العمل الفندقي ٥٧
تصنيفات الفنادق ٥٧
أنواع الفنادق ٦٠
الاستثمار في صناعة الفنادق ٦٨
المشكلات الني تواجه صناعة الضيافة.. ٦٨
تمارين الوحدة ٧٠

الوحدة الرابعة (التنظيم الفندقي)

تعريف الإدارة ٧٦
مفهوم الإدارة ٧٨
وظائف الإدارة ٧٩
الجودة الإدارية ٨٢
القائد الناجح ٨٤
اتخاذ القرارات ٨٤
تعريف الهيكل التنظيمي ٨٥
الخرائط التنظيمية ٨٦
العوامل المؤثرة على الهيكل التنظيمي ٨٩
تمارين الوحدة ٩١

الوحدة الخامسة (أقسام الفندق)

المراكز المحققة للإيراد والمراكز الداعمة ٩٨
المدير العام و مساعد المدير العام ٩٩
قطاع الغرف ١٠٠
مدير إدارة الغرف ١٠٠
الحجز ١٠١
المكاتب الأمامية ١٠٣
قسم التدبير الفندقي ١٠٥
المغسلة ١١٠
قسم المحاسبة ١١١
قسم الموارد البشرية ١١٢
قسم المشتريات ١١٣
قسم الصيانة ١١٤
قسم التسويق والمبيعات ١١٥
قسم الأمن ١١٧
إدارة الأغذية والمشروبات ١١٨
مراقب تكلفة الأغذية والمشروبات ١٢٥
استخدام التكنولوجيا في الفنادق ١٢٦

الوحدة السادسة (نظم تشغيل الفنادق)

السلاسل الفندقية ١٣٤
ايجابيات السلاسل الفندقية ١٣٥
أسباب أن تشار وتوسع السلاسل الفندقية ١٣٦
إدارة الفنادق الدولية........ ١٣٧
الاستغلال الفندقي........ ١٣٩
المصطلحات الانجليزية ١٤٦
تمارين الوحدة ١٤٩